

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

Số 8 năm 2017

Kỳ 2 tháng 8 năm 2017 - Số chuyên đề 2

Đơn vị thực hiện:	> TỔNG QUAN	2
❖ Cục Công Thương địa phương	> THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA	3
❖ Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại	❖ Diễn biến tình hình thị trường nông, lâm, thủy sản từ ngày 14/8/2017 đến 29/8/2017	3
Địa chỉ liên hệ:	❖ Nỗ lực tìm chỗ đứng cho các sản phẩm nông sản sạch	4
655 Phạm Văn Đồng	> THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU	8
Bắc Từ Liêm – Hà Nội	❖ Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng tích cực trong những tháng cuối năm 2017	8
Tel: (024) 37152585	❖ Xuất khẩu nông, thủy sản sang Nhật Bản tăng 26,8%	11
Fax: (024) 37152574	❖ Xuất khẩu hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang ASEAN sẽ phục hồi trở lại	15
	> THÔNG TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI	20
	❖ Bắc Kạn nỗ lực xây dựng thương hiệu nông sản	20
	❖ Thanh long Việt Nam chính thức được nhập khẩu vào Australia	23
	❖ Cam - Bưởi Bắc Tân Uyên được cấp giấy Chứng nhận Nhãn hiệu	23
	❖ Doanh nghiệp Hungary tìm đối tác nhập khẩu lúa mì và xuất khẩu LNG gas	25
	> THÔNG TIN CHÍNH SÁCH	26
	❖ Dự thảo sửa đổi Biểu thuế xuất khẩu, nhập khẩu	26
	❖ Cần chủ động thích ứng với quy định mới về xuất nhập khẩu tại thị trường Mỹ	26
	> TIN VĂN	27

TỔNG QUAN

8 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản ước đạt 16,92 tỷ USD, tăng 18,7% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 12,7% trên tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong đó, đã có 6/9 mặt hàng đạt kim ngạch xuất khẩu trên 1 tỷ USD. Mức tăng trưởng này không những đóng góp tích cực cho tổng kim ngạch xuất khẩu mà còn giúp tăng giá trị xuất khẩu của khối doanh nghiệp trong nước, bởi nông sản là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của các doanh nghiệp thuộc khối này. Trong những tháng cuối năm, dự báo xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng tích cực và được kỳ vọng sẽ là nhóm hàng đóng góp chủ lực vào tốc độ tăng trưởng GDP, bởi đối với các mặt hàng công nghiệp chế biến chế tạo thì xuất khẩu tăng thường kéo nhập khẩu tăng theo nên mức độ đóng góp vào tăng trưởng GDP cũng sẽ hạn chế hơn.

Tại thị trường trong nước, mặc dù nhu cầu về nông sản an toàn ngày càng tăng cao nhưng thực tế các sản phẩm nông sản sạch hiện chưa có chỗ đứng vững chắc trên thị trường, lượng tiêu thụ nông sản sạch vẫn còn rất hạn chế, rất nhiều sản phẩm sạch, an toàn lại chưa được người tiêu dùng biết tới, hoặc không được tin tưởng đó là sản phẩm thực sự an toàn. Một trong những nguyên nhân chính dẫn đến tình trạng này là những bất cập trong việc kết nối cũng như thiếu kênh tiêu thụ cho nông sản sạch với giá cao. Ngoài ra, việc sản xuất các loại nông sản đạt tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm nhìn chung cũng gặp rất nhiều khó khăn vướng mắc. Trong bối cảnh này, có thể nói sản xuất nông sản an toàn - hữu cơ nói chung không chỉ đơn giản phải đối mặt với những vấn đề về kỹ thuật, để sản phẩm có thể có chỗ đứng trên thị trường cũng như đem lại hiệu quả cao nhất thì cần cơ sự hỗ trợ từ chính sách điều hành. Với việc ngành nông nghiệp đang ngày càng hội nhập sâu rộng vào thị trường khu vực và quốc tế, đảm bảo an toàn thực phẩm nông sản là việc làm cấp bách hiện nay, bởi điều này không chỉ lấy lại niềm tin của người tiêu dùng mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản Việt với nông sản của nước ngoài ngay tại thị trường nội địa.

Một số thông tin đáng chú ý:

- ➔ Ngày 24/8/2017, Australia đã chính thức công bố cho phép nhập khẩu trái thanh long của Việt Nam. Như vậy, tại thời điểm hiện tại, Việt Nam là nước đầu tiên và duy nhất được cấp phép nhập khẩu thanh long tươi vào Australia.
- ➔ Trong 7 tháng đầu năm 2017, kim ngạch xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang thị trường ASEAN đạt 1,01 tỷ USD, giảm nhẹ 5,8% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 6,89% tổng kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam và chiếm 8,25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang khu vực ASEAN. Mặc dù còn nhiều khó khăn nhưng xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang thị trường khu vực ASEAN được dự báo sẽ phục hồi và đạt kết quả khả quan trong những tháng cuối năm nay.
- ➔ Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản sang thị trường Nhật Bản 7 tháng đầu năm 2017 đạt gần 953 triệu USD, tăng 26,8% so với cùng kỳ năm trước. Hiện các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản trong 7 tháng qua gồm thủy sản, cao su, hàng rau quả, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, sắn và các sản phẩm về sắn.

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

Diễn biến tình hình thị trường nông, lâm, thủy sản từ ngày 14/8/2017 đến 29/8/2017

Trong kỳ từ ngày 14/8 đến 29/8/2017, giá các mặt hàng nông, thủy sản tại thị trường trong nước tăng giảm trái chiều, giá gạo và thủy sản giảm trong khi cà phê, cao su, hạt tiêu lại tăng. Diễn biến cụ thể như sau:

Gạo: Giá lúa gạo trong nước giảm từ 100 – 300 đ/kg so với nửa đầu tháng 8/2017 cũng như so với cuối tháng 7/2017. Giá lúa khô tại kho khu vực Đồng bằng sông Cửu Long loại thường dao động từ 5.200 – 5.300 đ/kg, lúa dài khoảng 5.900 – 6.000 đ/kg. Giá gạo thành phẩm 5% tấm không bao bì tại mạn hiện khoảng 8.300 – 8.500 đ/kg, gạo 15% tấm 8.100 – 8.200 đ/kg và gạo 25% tấm khoảng 7.900 – 8.000 đ/kg tùy chất lượng và địa phương.

Giá gạo giảm chủ yếu là do tác động từ sự giảm giá của thị trường thế giới trong bối cảnh các nhà nhập khẩu chờ giá giảm hơn nữa mới mua vào, đồng thời nguồn cung chuẩn bị có sự bổ sung khi Thái Lan và Ấn Độ sắp bước vào vụ thu hoạch mới. Ngoài ra, hiện giá gạo chào bán của Việt Nam đang cao hơn gạo Thái Lan có thể khiến gạo Việt Nam kém cạnh tranh hơn so với gạo Thái trong thời gian tới, do đó giá gạo có thể tiếp tục được điều chỉnh giảm nhẹ.

Cà phê: Thị trường cà phê nhân xô tại các tỉnh Tây Nguyên trong nửa cuối tháng 8/2017 nhìn chung khá biến động, thậm chí có thời điểm đã giảm xuống dưới mốc 45.000 đồng nhưng bật tăng trở lại ngay sau đó. Tính đến hết phiên giao dịch ngày 29/8/2017, giá cà phê nhân xô tại Tây Nguyên tăng 1.000 đồng/kg so với kỳ trước, lên mức 45.000 – 45.600 đồng/kg.

Giá cà phê có thể còn tiếp tục vững trong thời gian tới bởi thời điểm hiện tại nguồn cung cà phê thế giới vẫn tương đối eo hẹp do tồn kho cà phê của Việt Nam không còn nhiều, trong khi vụ thu hoạch mới phải đến tháng 11, tháng 12 mới bắt đầu.

Cao su: Giá cao su trong nước tăng 4% (400 – 600 đ/kg) trong nửa cuối tháng 8/2017 do thị trường cao su thế giới lạc quan về tình hình tiêu thụ cao su của Trung Quốc cũng như kỳ vọng các biện pháp hỗ trợ thị trường trước cuộc họp sắp tới của các nhà sản xuất cao su hàng đầu thế giới.

Các nước sản xuất cao su hàng đầu tại châu Á dự kiến sẽ tổ chức cuộc họp tại Thái Lan vào tháng 9/2017 với mục đích đưa ra các giải pháp hỗ trợ thị trường cao su. Thái Lan, Indonesia và Malaysia sản xuất gần 70% sản lượng cao su tự nhiên toàn cầu.

Trong khi đó, tiêu thụ cao su của Trung Quốc cũng đang có những tín hiệu tích cực. Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Trung Quốc (CAAM) cho biết, doanh số bán ô tô của Trung Quốc trong tháng 7/2017 tăng 6,2% so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 1,97 triệu chiếc, cho thấy thị trường ô tô lớn nhất thế giới tiếp tục hồi phục từ mức thấp nhất trong tháng 4 và tháng 5.

Trong những tháng cuối năm, giá cao su thế giới nhiều khả năng sẽ ổn định bởi nguồn cung mặc dù đang ở mức cao do vào vụ thu hoạch song nhu cầu tiêu thụ cao su của Trung Quốc đang có sự phục hồi, điều này thể hiện qua tăng trưởng doanh số bán ô tô và lượng tồn kho cao su giảm trong thời gian gần đây.

Thủy sản: Giá thủy sản trong nước khá ổn định trong kỳ vừa qua, giá cá tra nguyên liệu tại Đồng bằng sông Cửu Long hiện dao động từ 23.300 – 25.500 đ/kg, nguồn cung cá hiện ở mức thấp, thị trường tiếp tục chững lại cả về giá và lượng thu mua. Tương tự, giá tôm càng xanh ổn định ở mức 250.000 đ/kg đối với loại 100 con/kg.

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

Hạt tiêu: Tình hình giao dịch tiêu trong nước trong hai tuần vừa qua nhìn chung khá trầm lắng. Tại các tỉnh Tây Nguyên, giá hồ tiêu hiện dao động từ 86.000 – 88.000 đồng/kg. Cụ thể, giá tiêu tại Đắk Lắk, Đắk Nông cùng ở mức 88.000 đồng/kg; giá tiêu tại Gia Lai còn 86.000 đồng/kg. Giá hồ tiêu tại tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu và Đồng Nai lần lượt ở mức 89.000 đồng/kg và 86.000 đồng/kg.

Trong khi đó, thị trường tiêu thế giới ngày càng khó khăn, các nhà xuất khẩu hạt tiêu phải cạnh tranh gay gắt hơn do sản lượng tiêu toàn cầu đang tiếp tục tăng.

Tham khảo giá nông, thủy sản tại thị trường trong nước đến ngày 29/8/2017

(ĐVT: 1.000 đ/kg)

Tên hàng	29/8/2017	So với ngày 14/8/2017	So với ngày 28/7/2017	So với đầu năm 2017
Lúa khô loại thường	5.300	-1,9	-3,6	1,9
Lúa khô loại dài	6.000	-1,6	0,0	11,1
Gạo nguyên liệu loại 1 làm ra gạo 5% tấm	7.200	-2,7	-4,0	7,5
Gạo nguyên liệu loại 1 làm ra gạo 25% tấm	7.100	-1,4	-1,4	9,2
Giá gạo thành phẩm 5% tấm	8.500	-2,3	-1,2	16,4
Giá gạo thành phẩm 15% tấm	8.200	-3,5	-1,2	15,5
Giá gạo thành phẩm 25% tấm	8.000	-3,6	-1,8	14,3
Cà phê nhân xô tại Tây Nguyên	45.600	2,2	-0,9	3,9
Chè xanh Thái Nguyên búp khô	100.000	0,0	0,0	0,0
Chè cảnh Thái Nguyên chất lượng cao	185.000	0,0	0,0	0,0
Chè xanh Thái Nguyên búp khô (loại 1)	130.000	0,0	0,0	-3,7
Chè xanh nguyên liệu loại 1 tại Lâm Đồng	9.000	0,0	0,0	28,6
Chè đen nguyên liệu loại 1 tại Lâm Đồng	6.000	0,0	0,0	71,4
Giá nhân điều khô tại Bình Phước	50.000	0,0	0,0	-7,4
Tiêu đen Tây Nguyên và Nam Bộ	88.000	1,1	14,3	-35,8
Mủ chén, dây khô	14.300	4,4	-1,4	
Mủ chén ướt	10.000	4,2	0,0	
Mủ đông khô	13.000	4,0	-1,5	
Mủ đông ướt	10.400	4,0	-1,9	
SVR CV	44.314	1,3	1,7	-11,8
SVR 10	33.979	1,1	4,2	-20,7
SVR 20	33.891	1,3	4,3	-20,8
Cá tra thịt trắng loại 1 tại Đồng Tháp	25.500	-0,4	5,4	4,1
Cá tra thịt trắng loại 2 tại Đồng Tháp	23.300	-0,4	5,0	3,6
Tôm càng xanh (100 con/kg) Đồng Tháp	250.000	0,0	4,2	4,2

(Nguồn: Trung tâm Thông tin CN&TM tổng hợp)

Nỗ lực tìm chỗ đứng cho các sản phẩm nông sản sạch

Trong thời gian qua, việc giải quyết thực trạng mất an toàn vệ sinh thực phẩm trong lĩnh vực nông nghiệp và tìm đầu ra cho sản phẩm nông nghiệp sạch là một trong những nội dung hết sức quan trọng trong giai đoạn cơ cấu lại nền nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững.

Hiện nay, nhờ sự vào cuộc tích cực của các cấp, các ngành và hệ thống thông tin truyền thông rộng rãi, ý thức của người dân trong việc sản xuất và tiêu dùng các loại nông sản an toàn đã từng bước được nâng cao. Người tiêu dùng ngày càng thông thái hơn trong lựa chọn các loại nông sản sạch để đảm bảo an toàn cho sức khỏe, người sản xuất cũng từng bước nhận thức rõ hơn về trách nhiệm trong tạo ra các sản phẩm an toàn hơn cho xã hội. Vì vậy những vùng sản xuất an toàn ngày càng được nhân rộng, đem lại những sản phẩm có chất lượng và giá trị kinh tế cao hơn.

Nông sản sạch chưa thực sự có chỗ đứng vững chắc trên thị trường

Mặc dù nhu cầu về nông sản an toàn ngày càng tăng cao nhưng thực tế hoạt động tiêu thụ nông sản sạch vẫn còn gặp rất nhiều hạn chế. Rất nhiều sản phẩm sạch, an toàn lại chưa được người tiêu dùng biết tới, hoặc không được tin tưởng đó là sản phẩm thực sự an toàn.

Thống kê sơ bộ cho thấy, một lượng lớn các sản phẩm nông sản được các thương lái thu mua, tập kết tại các chợ đầu mối sau đó đưa đi tiêu thụ tại các chợ dân sinh, cửa hàng, bếp ăn tập thể, trong đó lượng sản phẩm được chứng nhận nguồn gốc mới chỉ chiếm khoảng 20%. Các chợ đầu mối vẫn đang đóng vai trò là khâu điều phối sản phẩm đến các thị trường tiêu thụ. Việc liên kết giữa các cơ sở sản xuất nông sản thực phẩm an toàn với nhau chưa bền chặt, chủ yếu theo hình thức mánh ai nấy làm khiến quá trình kết nối với doanh nghiệp phân phối gặp nhiều khó khăn, sản phẩm tạo ra có tính cạnh tranh thấp. Trong khi đó, tại các siêu thị, số lượng nông sản sạch tiêu thụ trong siêu thị hiện mới chỉ từ 10 đến 20% so với sản lượng sản xuất.

Nguyên nhân dẫn đến tình trạng này là những bất cập trong việc kết nối cũng như thiếu kênh tiêu thụ cho nông sản sạch với giá cao. Theo đó, việc liên kết giữa khâu sản xuất và tiêu thụ vẫn còn lỏng lẻo, thị trường đầu ra của nông sản sạch không ổn định, nhiều mặt hàng chưa được ký kết hợp đồng tiêu thụ với các doanh nghiệp; đa phần hàng hóa nông sản được tiêu dùng trải rộng trên cả nước thông qua các chợ địa phương, do đó việc kiểm soát chất lượng sản phẩm đầu vào gặp nhiều khó khăn dẫn đến người tiêu dùng khó phân biệt được nông sản an toàn và thiếu an toàn; hiệu quả của sản xuất nông sản an toàn không cao hơn so với sản xuất theo tập quán. Kết nối cung - cầu nông sản an toàn được coi là khâu yếu nhất trong chuỗi giá trị sản xuất nông nghiệp hiện nay. Hiện, cả nước có khoảng 700 chuỗi cung ứng nông sản an toàn được kết nối giữa 50 tỉnh, thành phố trên cả nước, với sản phẩm chủ yếu là rau, quả, chè, thịt, trứng, gạo và thủy sản các loại... Tuy nhiên, so với nhu cầu tiêu dùng, nông sản an toàn vẫn chưa đa dạng về chủng loại, còn thiếu các địa chỉ cung ứng khiến người tiêu dùng chưa có nhiều cơ hội tiếp cận. Bên cạnh đó, có một số nguyên nhân khác cũng góp phần khiến nông sản sạch chưa thực sự có chỗ đứng trên thị trường như sau:

- Thứ nhất, nông sản chưa đáp ứng tiêu chuẩn thực hành sản xuất nông nghiệp tốt (VietGAP). Nông dân cho rằng sản phẩm sạch nhưng khi siêu thị cần chứng minh nguồn gốc lại không đưa ra được bất kỳ một loại giấy tờ nào liên quan làm căn cứ. Để xảy ra tình trạng này do nông dân chưa có thói quen ghi chép nhật ký chăm sóc cây trồng, vật nuôi và các điều kiện để được cấp giấy chứng nhận cơ sở sản xuất an toàn. Hiện nay do quy trình sản xuất của nông dân thiếu bài bản cũng như năng lực hoạt động của hợp tác xã yếu dẫn tới cung - cầu chưa gặp nhau. Do vậy, để ngày càng có nhiều mặt hàng nông sản sạch vào siêu thị, trở thành nơi cung cấp chính cho người tiêu dùng cần sự vào cuộc của các cấp, các ngành trong việc hỗ trợ nông dân thay đổi thói quen sản xuất truyền thống sang hướng chuyên nghiệp.

- Thứ hai, các cơ sở sản xuất chưa có kế hoạch hợp tác sản xuất nên hàng hóa còn trùng nhau, chủng loại, sản lượng sản xuất, tiêu thụ đơn điệu, chưa đáp ứng nhu cầu thị trường. Do các sản phẩm nông sản sạch chưa đa dạng nên người dân chưa mạnh dạn áp dụng các biện pháp kỹ thuật mới (thủy canh, giá thể, sinh học...) vào sản xuất và sơ chế đóng gói.

- Thứ ba, do giá thành cao và phải cạnh tranh không lành mạnh với những sản phẩm nhái; “thực phẩm bẩn” nên gặp khó khăn trong khâu tiêu thụ... Trong thực tế, mặc dù đã được các cơ quan chức năng khuyến cáo, nhắc nhở, nghiêm cấm thậm chí xử phạt, nhưng vẫn còn tình trạng nhiều cơ sở sản xuất, chế biến, bảo quản nông sản

lạm dụng các chất hoá học, thuốc bảo vệ thực vật vi phạm an toàn thực phẩm, ảnh hưởng đến việc nhân rộng các mô hình sản xuất an toàn cũng như khuyến khích nông dân sản xuất theo quy trình qua đó cung ứng nhiều hơn nông sản an toàn đến tay người tiêu dùng.

- Thứ tư, do người tiêu dùng dù muốn có sản phẩm an toàn nhưng vẫn chưa sẵn sàng bỏ ra số tiền cao hơn để mua sản phẩm hữu cơ.

Sản xuất nông sản sạch phải đối mặt với nhiều khó khăn

Trong khi đó, việc sản xuất các loại nông sản đạt tiêu chuẩn vệ sinh ATTP nhìn chung vẫn còn gặp nhiều khó khăn vướng mắc cần được tập trung tháo gỡ nhằm tạo động lực cho sản xuất nông sản an toàn. Trong đó, những khó khăn chủ yếu người sản xuất nông sản sạch đang phải đối mặt như sau:

- Thứ nhất, các cơ sở sản xuất áp dụng các chương trình quản lý chất lượng tiên tiến còn ít, chưa có sự liên kết trong quá trình phân phối và chế biến sản phẩm với quá trình sản xuất, thiếu tính định hướng và phối hợp chặt chẽ giữa “4 nhà”.

- Thứ hai, công tác lãnh đạo, chỉ đạo và phối hợp trong quản lý Nhà nước về an toàn thực phẩm còn lỏng lẻo, chưa huy động được sự tham gia đầy đủ của các cấp, các ngành và người dân. Công tác thanh tra, kiểm tra và xử lý vi phạm, việc giám sát ô nhiễm sinh học và tồn dư hóa chất trong thực phẩm chưa được chú trọng. Ngoài các sản phẩm được thực hiện theo quy trình nghiêm ngặt và công nhận tiêu chuẩn VietGAP thì có nhiều sản phẩm được sản xuất đảm bảo an toàn nhưng không có cơ quan, tổ chức, đơn vị nào xác định an toàn mà đang đánh đồng cả về chất lượng và giá cả với thực phẩm không an toàn, ảnh hưởng đến việc khuyến khích người nông dân sản xuất thực phẩm sạch. Bởi thực tế, trong quá trình sản xuất khi sử dụng các chế phẩm an toàn để bón cho cây trồng hoặc chăn nuôi thì năng suất, sản lượng sẽ thấp hơn.

- Thứ ba, nhận thức của người sản xuất tuy đã chuyển biến theo chiều hướng tích cực, nhưng chưa thực sự đáp ứng yêu cầu, vẫn còn nhiều vùng sản xuất nông sản chưa tuân thủ đầy đủ các quy định về vệ sinh ATTP, vùng sản xuất không đáp ứng yêu cầu theo quy định; sử dụng phân bón và các loại thuốc bảo vệ thực vật, kháng sinh trong chăn nuôi một cách bừa bãi và thu hoạch sản phẩm không đảm bảo thời gian cách ly theo quy định. Trong khi đó, sản xuất nông sản ở địa phương còn mang tính manh mún, theo quy mô hộ nên rất khó kiểm soát về mặt quy trình.

- Thứ tư, công nghệ sau thu hoạch nhìn chung còn yếu kém ảnh hưởng đến khâu chế biến, nâng cao giá trị gia tăng hàng hóa nông sản an toàn. Cơ sở hạ tầng của vùng nguyên liệu ở nhiều nơi chưa đáp ứng được yêu cầu sản xuất các loại nông sản an toàn.

Trước những diễn biến này, trong thời gian qua cùng với đề xuất những cơ chế, chính sách hỗ trợ sản xuất Thực hành nông nghiệp tốt VietGap, Global Gap, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã tiếp tục lấy năm 2017 là năm thứ hai triển khai chủ đề An toàn vệ sinh thực phẩm, qua đó chấn chỉnh tình trạng “thực phẩm bẩn”, tăng cường phát hiện, xử lý các vi phạm về an toàn vệ sinh thực phẩm. Đồng thời đẩy mạnh việc ký kết với hàng trăm doanh nghiệp cung ứng nông sản thực phẩm an toàn để nhân rộng các mô hình và địa chỉ cung ứng nông sản sạch tại nhiều tỉnh, thành phố trên cả nước.

Trong bối cảnh việc sản xuất và tiêu thụ của các sản phẩm nông sản sạch còn gặp nhiều khó khăn, có thể nói sản xuất nông sản an toàn - hữu cơ nói chung không chỉ đơn giản ở vấn đề kỹ thuật, để sản phẩm có thể có chỗ đứng trên thị trường cũng như đem lại hiệu quả cao nhất thì phải cần đến các vấn đề chính sách,

Chính phủ và các Bộ, ngành có liên quan đến nông nghiệp như Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Khoa học và Công nghệ, Bộ Y tế, Bộ Công Thương... cần sớm ban hành các chính sách cụ thể, khả thi để hỗ trợ nông sản an toàn - hữu cơ phát triển. Các chính sách nên tập trung vào quy hoạch và bảo vệ đất đai và nguồn nước hiện chưa hoặc ít bị ô nhiễm thích hợp cho sản xuất nông nghiệp an toàn theo hướng hàng hóa. Bên cạnh đó, cần có chính sách hỗ trợ vốn sản xuất, ưu đãi trong giao và cho thuê đất và miễn giảm thuế cho các doanh nghiệp sản xuất, chế biến tiêu thụ nông nghiệp an toàn - hữu cơ.

Với việc ngành nông nghiệp đang ngày càng hội nhập sâu rộng vào thị trường khu vực và quốc tế, đảm bảo an toàn thực phẩm nông sản là việc làm cấp bách hiện nay. Bởi điều này không chỉ lấy lại niềm tin của người tiêu dùng mà còn nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản Việt với nông sản của nước ngoài ngay tại thị trường nội địa.

Có thể tham khảo các cơ chế, chính sách khuyến khích mô hình nông sản sạch tại một số địa phương như sau:

Tại Vĩnh Phúc: Thời gian qua, tỉnh Vĩnh Phúc đã ban hành nhiều cơ chế, chính sách khuyến khích phát triển các mô hình đổi mới tổ chức, hợp tác sản xuất, phát triển mô hình sản xuất nông, lâm thủy sản quy mô lớn, chuyên môn hóa cao; phát triển sản xuất các ngành hàng nông sản sạch, an toàn vệ sinh thực phẩm theo chuỗi liên kết từ sản xuất đến tiêu dùng; ngành hàng gắn với thị trường mục tiêu cụ thể. Đẩy mạnh liên kết các doanh nghiệp – hợp tác xã, doanh nghiệp – hộ trang trại, trong đó, doanh nghiệp giữ vai trò quyết định. Phát triển vùng sản xuất hàng hóa tập trung quy mô lớn gắn với thị trường mục tiêu; áp dụng công nghệ cao, hiện đại, sạch, bảo vệ môi trường vào sản xuất. Tập trung ưu tiên đầu tư, hỗ trợ hạ tầng theo vùng sản xuất trọng điểm, các ngành hàng chủ lực, các cơ sở sản xuất an toàn theo quy hoạch; ưu tiên hỗ trợ vào các điểm đột phá, có tác động lan tỏa mạnh để thu hút đầu tư... Đồng thời, đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại với các hoạt động hỗ trợ về cây giống, giới thiệu các doanh nghiệp bao tiêu đầu ra cho các sản phẩm, hỗ trợ các Hợp tác xã tham gia các hội chợ trong nước, cử đoàn đi tham quan học tập kinh nghiệm trong và ngoài nước.

Bên cạnh đó, việc hỗ trợ sản xuất rau quả theo tiêu chuẩn VietGap đã và đang được thực hiện có hiệu quả. Năm 2016, tỉnh đã hỗ trợ giống, phân bón hữu cơ vi sinh cho bà con nông dân sản xuất hơn 1.000ha rau quả theo tiêu chuẩn VietGap. Năm 2017, tỉnh tiếp tục dành gần 7 tỷ đồng hỗ trợ cho 9/9 huyện, thành, thị triển khai trồng bí đỏ, dưa chuột, ớt, cà chua và khoai tây. Với mức hỗ trợ tối đa mỗi ha/vụ cho cây bí đỏ trên 4,5 triệu đồng; cây dưa chuột 5,7 triệu đồng; cây khoai tây 8,1 triệu đồng; cây cà chua 9,4 triệu đồng, tổng diện tích hỗ trợ trên 1.098 ha. Ngay trong tháng 4 vừa qua, được sự hỗ trợ của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Hợp tác xã dịch vụ Nông nghiệp kinh doanh hàng nông sản An Hòa và Cửa hàng rau An toàn Văn Hội xanh đã chính thức ra mắt, đi vào hoạt động. Đây là hình thức liên kết giúp người nông dân yên tâm hơn trong sản xuất, bao tiêu sản phẩm và ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất thuận lợi hơn. Đặc biệt, trong khi vấn đề an toàn thực phẩm đang thực sự nóng thì đây chính là sự lựa chọn tạo được niềm tin cho người tiêu dùng, khách hàng rất yên tâm về chất lượng sản phẩm vì có thể truy xuất nguồn gốc tới từng thửa ruộng gieo trồng.

Tại Ninh Bình: Để triển khai thực hiện các mô hình ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp, thực hiện mô hình nông sản sạch, trong thời gian qua ngoài hỗ trợ kinh phí cho người dân xây dựng nhà lưới, hệ thống tưới tiêu, giống cây trồng, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, tỉnh còn cử cán bộ kỹ thuật cùng làm với người dân ở tất cả các khâu, từ chuẩn bị đất, giống, chăm sóc, theo dõi cho đến khi thu hoạch sản phẩm.

Bên cạnh đó, tỉnh đẩy mạnh tuyên truyền nhằm nâng cao nhận thức của người dân về chính sách phát triển nông nghiệp, khuyến khích nông dân tích tụ ruộng đất, quy hoạch vùng sản xuất tập trung, nhân rộng các giống cây trồng mới; đồng thời, chỉ đạo các địa phương chú trọng chuyển dịch cơ cấu giống, mùa vụ hợp lý. Trong thời gian tới, tỉnh sẽ tiếp tục mời chuyên gia trực tiếp hướng dẫn người dân ứng dụng công nghệ cao vào sản xuất nông nghiệp; khuyến khích người dân thành lập hợp tác xã, tổ hợp tác nhằm giảm chi phí sản xuất; chỉ đạo các địa phương hướng dẫn người dân sản xuất theo đơn đặt hàng, không sản xuất tràn lan để tránh tình trạng bị thương lái ép giá. Đồng thời, hỗ trợ các hợp tác xã, cơ sở sản xuất in mẫu mã, bao bì sản phẩm, trong đó ghi rõ tên, địa chỉ sản xuất để nâng cao thương hiệu sản phẩm. Cùng với đó, tiếp tục tăng cường quảng bá sản phẩm, mở rộng thị trường tiêu thụ thông qua các triển lãm, hội chợ. Đặc biệt, tỉnh sẽ chú trọng mở rộng gian hàng giới thiệu các mặt hàng sản phẩm mới, đưa thông tin đến người tiêu dùng nhanh chóng, thuận tiện.

Tại Nghệ An: Tăng cường tổ chức tuyên truyền thông qua hệ thống thông tin đại chúng, nhằm nâng cao nhận thức của người sản xuất và tiêu dùng trong việc sản xuất và lựa chọn những sản phẩm an toàn trong chế biến và tiêu dùng. Đẩy mạnh tập huấn nâng cao năng lực cho người dân về kỹ thuật sản xuất các loại cây trồng vật nuôi theo hướng an toàn và bền vững, biện pháp sử dụng thuốc BVTV, thuốc thú y một cách hiệu quả. Theo đó, mỗi năm đã tổ chức trên 1.200 lớp tập huấn cho bà con nông dân trên địa bàn toàn tỉnh, góp phần nâng cao ý thức trách nhiệm của người sản xuất đối với cộng đồng. Đồng thời, đẩy mạnh công tác xây dựng mô hình trình diễn sản xuất các loại nông sản an toàn. Đến nay, hệ thống Khuyến nông, các ngành phục vụ nông nghiệp và các địa phương đã xây dựng hàng trăm mô hình để nhân rộng như các mô hình chăn nuôi an toàn sinh học, mô hình ứng dụng đệm lót sinh học đảm bảo môi trường sinh thái, mô hình sản xuất rau an toàn theo hướng VietGAP, mô hình lúa áp dụng công nghệ SRI, quy trình 3 tăng 3 giảm; mô hình nuôi tôm, thủy sản an toàn sinh học, xây dựng các vùng VietGAP trong thủy sản... từ đó tổ chức hội thảo, tham quan đầu bờ, đầu chuồng để người dân hiểu và làm theo.

Thông qua các mô hình sản xuất nông sản an toàn theo hướng tiêu chuẩn VietGAP, từng bước giúp người dân dần làm quen với cách thức sản xuất ghi chép sổ sách, truy xuất dữ liệu để khi ứng dụng tiêu chuẩn VietGAP, người dân có thể đáp ứng được ngay. Cùng với đó, đẩy mạnh phối hợp các chương trình, dự án để xây dựng các chuỗi sản phẩm nông nghiệp xuất phát từ nhu cầu của doanh nghiệp, thông qua đó kết nối với người sản xuất để tạo nên hàng hóa đáp ứng nhu cầu của thị trường. Tạo điều kiện thuận lợi để các chuỗi cửa hàng bán lẻ sản phẩm nông nghiệp hàng hóa an toàn kết nối tốt hơn với người sản xuất. Thông qua đó xây dựng các vùng chuyên canh phục vụ thị trường.

THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU

Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sẽ duy trì tốc độ tăng trưởng tích cực trong những tháng cuối năm 2017

Trong tháng 8/2017, hoạt động xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản có xu hướng chững lại, giảm nhẹ 1,4% so với tháng trước, tuy nhiên so với tháng 8/2016, xuất khẩu nhóm hàng này vẫn ghi nhận tốc độ tăng trưởng khá 15,4% lên 2,4 tỷ USD. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu rau quả đạt 320 triệu USD, giảm 10,8% so với tháng trước; hạt điều giảm 8%; cà phê giảm 3,8%; hạt tiêu giảm 6,9%... Tuy nhiên, kim ngạch xuất khẩu cao su tăng 14,5%, gạo tăng 5,8%, chè tăng 4,5% so với tháng trước. Tính chung trong 8 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu hàng nông, lâm, thủy sản ước đạt 16,92 tỷ USD, tăng 18,7% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 12,7% trên tổng kim ngạch xuất khẩu.

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

Với mức tăng trưởng khá mạnh trong 8 tháng đầu năm nay, xuất khẩu hàng nông thủy, sản không những đóng góp tích cực cho tổng kim ngạch xuất khẩu mà còn giúp tăng giá trị xuất khẩu của khối doanh nghiệp trong nước, bởi nông sản là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của các doanh nghiệp thuộc khối này.

Trong đó, đạt tốc độ tăng trưởng mạnh nhất nhất là mặt hàng cao su, tăng 12,6% về khối lượng và tăng 53,7% về giá trị so với cùng kỳ năm 2016 lên 805 nghìn tấn và 1,38 tỷ USD..

Ngành hàng rau quả tiếp tục có sự tăng trưởng mạnh, với mức tăng 48% về giá trị so với cùng kỳ năm 2016 lên 2,35 tỷ USD trong 8 tháng đầu năm 2017, Trong 8 tháng qua, có 4 thị trường xuất khẩu lớn nhất đạt 1,97 tỉ USD, chiếm hơn 85% tổng giá trị xuất khẩu rau củ quả là Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc và Mỹ.

Thủy sản là ngành hàng đóng góp lớn nhất vào giá trị kim ngạch xuất khẩu toàn ngành. Giá trị xuất khẩu thủy sản tháng 8 ước đạt 800 triệu USD, đưa kim ngạch xuất khẩu thủy sản 8 tháng qua ước đạt 5,18 tỷ USD, tăng 19,2% so với cùng kỳ năm 2016.

Ngành hàng lúa gạo vẫn giữ được đà tăng trưởng trong những tháng qua, xuất khẩu lúa gạo 8 tháng đầu năm tăng 22,7% về khối lượng và tăng 20,3% về giá trị so với cùng kỳ năm 2016, ước đạt 4,05 triệu tấn và 1,79 tỷ USD.

Bên cạnh các mặt hàng có sự gia tăng mạnh thì một số ngành hàng như cà phê, hạt điều mặc dù gia tăng về giá trị nhưng lại có sự sụt giảm về khối lượng xuất khẩu so với cùng kỳ năm 2016. Trong đó, xuất khẩu cà phê 8 tháng qua ước đạt 1,03 triệu tấn và 2,34 tỷ USD, giảm 19,4% về khối lượng nhưng tăng 3,7% về giá trị so với cùng kỳ năm 2016. Xuất khẩu hạt điều giảm 1,1% về khối lượng nhưng tăng 24,8% về giá trị so với cùng kỳ năm 2016.

Ước tính xuất khẩu tháng 8 và 8 tháng năm 2017

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

Tên hàng	Ước thực hiện tháng 8/2017		So với tháng 7/2017 (%)		So với tháng 8/2016 (%)		Ước thực hiện 8 tháng 2017		So với 8 tháng 2016 (%)	
	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch	Lượng	Kim ngạch
Tổng kim ngạch xuất khẩu		18.200		3,0		13,0		133.503		17,9
<i>DN 100% vốn trong nước</i>		5.330		0,6		14,8		37.835		15,7
<i>DN có vốn ĐTNN</i>										
- Có cả dầu thô		12.870		4,0		12,3		95.667		18,9
- Không kể dầu thô		12.700		4,5		12,8		93.791		18,8
Nhóm nông, thủy sản		2.401		-1,4		15,4		16.923		18,7
Thủy sản		800		0,5		19,1		5.180		19,2
Rau quả		320		-10,8		43,7		2.347		48,0
Hạt điều	35	350	-4,9	-8,0	-1,5	19,3	223	2.201	-1,1	24,8
Cà phê	95	227	-5,8	-3,8	-37,3	-22,3	1.026	2.343	-19,4	3,7
Chè	14	24	3,6	4,5	5,7	13,8	91	144	13,6	13,5
Hạt tiêu	20	90	-7,1	-6,9	31,3	-28,3	167	899	23,4	-18,5
Gạo	600	262	3,0	5,8	43,6	41,3	4.055	1.787	22,7	20,3
Sắn và các sp từ sắn	280	70	0,1	-0,1	1,0	-11,9	2.584	642	0,1	-7,4
- Sắn	126	21	-1,9	-8,0	8,8	-8,4	1.117	186	-10,2	-14,2
Cao su	170	258	12,5	14,5	14,3	36,2	805	1.379	12,6	53,7

Trong những tháng cuối năm, dự báo xuất khẩu nhóm hàng nông, lâm, thủy sản tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng tích cực và được kỳ vọng sẽ là nhóm hàng đóng góp chủ lực vào tốc độ tăng trưởng GDP, bởi đối với các mặt hàng công nghiệp chế biến chế tạo thì xuất khẩu tăng thường kéo nhập khẩu tăng theo nên mức độ đóng góp vào tăng trưởng GDP cũng sẽ hạn chế hơn. Trong đó, tình hình và triển vọng xuất khẩu của một số mặt hàng chủ lực cụ thể như sau:

- Mặt hàng rau quả

8 tháng đầu năm 2017, kim ngạch xuất khẩu rau quả ước đạt 2,34 tỷ USD, tăng mạnh 48% so với cùng kỳ năm ngoái. Như vậy, nếu so sánh giá trị xuất khẩu 10 mặt hàng nông sản chủ lực trong 8 tháng qua, thì rau quả đứng vị trí thứ 3, sau thủy sản và cà phê.

Trong những tháng tới, xuất khẩu rau quả được dự báo tiếp tục duy trì tốc độ tăng trưởng khả quan trong bối cảnh nhu cầu tiêu thụ rau quả tại một số thị trường chủ lực như Nhật Bản, Trung Quốc đang có xu hướng tăng, trong khi nhiều mặt hàng trái cây chủ lực đang bước vào chính vụ thu hoạch như nhãn, sầu riêng, chôm chôm, na, Bên cạnh đó, ngày 24/8/2017, Australia đã chính thức công bố cho phép nhập khẩu trái thanh long của Việt Nam. Với quyết định này, tính đến thời điểm hiện tại, Việt Nam là nước đầu tiên và duy nhất được cấp phép nhập khẩu thanh long tươi vào Australia.

Thanh long hiện được xếp vào nhóm 12 loại cây ăn quả chủ lực của Việt Nam, là 1 trong 5 loại cây được bố trí rải vụ để thu hoạch các mùa trong năm, cũng là 1 trong 9 loại cây trồng chủ lực của Việt Nam có lợi thế cạnh tranh trên thị trường thế giới. Đây cũng là mặt hàng xuất khẩu chính, chiếm tỷ trọng cao nhất trong kim ngạch xuất khẩu trái cây những năm vừa qua.

- Mặt hàng cao su

Trong tháng 8/2017, xuất khẩu cao su của Việt Nam ước đạt mức cao nhất trong nhiều năm qua với 170 nghìn tấn, tăng 12,5% so với tháng 7/2017 và cao hơn 14,5% so với cùng kỳ năm ngoái; nâng tổng xuất khẩu cao su của nước ta trong 8 tháng năm 2017 lên mức 805 nghìn tấn, trị giá 1,38 tỷ USD, tăng 12,6% về lượng và 53,7% về trị giá so với cùng kỳ năm ngoái. Xuất khẩu cao su của nước ta tăng mạnh chủ yếu là do đẩy mạnh xuất khẩu cao su, đặc biệt là cao su tổng hợp tới thị trường Trung Quốc – nhà tiêu dùng cao su lớn nhất thế giới và đồng thời là nhà tiêu dùng cao su lớn nhất của Việt Nam. Sở dĩ xuất khẩu cao su tổng hợp sang thị trường này tăng mạnh là do những ưu đãi về chính sách thuế suất thuế nhập khẩu cao su tổng hợp từ Chính phủ Trung Quốc.

Trong những tháng cuối năm nay, xuất khẩu cao su của Việt Nam sang Ấn Độ được dự báo sẽ tiếp tục giảm so với cùng kỳ năm ngoái, nguyên nhân là do sản lượng cao su nội địa của nước này có xu hướng tăng và tồn kho ở mức cao khiến các nhà sản xuất đẩy mạnh tiêu thụ cao su nội địa và giảm nhập khẩu. Trong khi đó, xuất khẩu cao su tới các thị trường khác như: Hàn Quốc, Mỹ, Trung Quốc... được dự báo tiếp tục thuận lợi do nhu cầu cao và những ưu đãi về thuế theo các Hiệp định thương mại tự do. Tuy vậy, xuất khẩu cao su sang thị trường Trung Quốc cũng tiềm ẩn rủi ro khi tồn kho cao su của Trung Quốc tuy giảm nhưng vẫn còn khá cao, trong khi đó tiêu thụ cao su của nước này chưa có nhiều chuyển biến rõ rệt. Ngoài ra, xuất khẩu cao su sang Malaysia cũng đang có sự phục hồi trở lại nhờ tăng trưởng tích cực của ngành sản xuất găng tay cao su nước này.

- Mặt hàng gạo

Xuất khẩu gạo trong 8 tháng qua ước đạt 4,05 triệu tấn, trị giá gần 1,79 tỷ USD, tăng mạnh 22,7% về lượng và 20,3% về trị giá so với cùng kỳ năm trước. Đáng chú ý, riêng trong tháng 8/2017, giá xuất khẩu gạo của nước ta đã tăng nhẹ trở lại sau hơn 3 tháng sụt giảm.

Cụ thể, giá xuất khẩu đạt bình quân 437 USD/tấn, tăng nhẹ 2,7% so với tháng 7/2017 nhưng giảm 1,6% so với tháng 8/2016, góp phần quan trọng đưa xuất khẩu gạo trong tháng 8 vừa qua tăng 3% về lượng và gần 6% về kim ngạch so với tháng trước.

Xuất khẩu gạo của Việt Nam tăng mạnh chủ yếu là do mở rộng xuất khẩu gạo tới một số thị trường mới (điển hình là Bangladesh) và đẩy mạnh xuất khẩu tới các thị trường truyền thống như Trung Quốc; Philippin; Bờ Biển Ngà; Malaysia, Papua New Guinea,... Đặc biệt, lượng gạo xuất khẩu tới một số thị trường như Irắc, Hàn Quốc, Xênegan tăng đột biến so với cùng kỳ năm ngoái.

Trong những tháng cuối năm, xuất khẩu gạo nhìn chung sẽ tiếp tục gặp thuận lợi khi các thị trường như Malaysia, Philippin, Sri Lanka, Bangladesh... có xu hướng gia tăng nhập khẩu. Mặc dù vậy, việc các nhà cung cấp gạo lớn như Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan đang chuẩn bị bước vào vụ thu hoạch chính cũng sẽ tác động đến tình hình thị trường trong thời gian tới. Đặc biệt, việc Trung Quốc – thị trường tiêu thụ gạo lớn nhất của Việt Nam thay đổi cách tính thuế nhập khẩu gạo nếp cũng sẽ ảnh hưởng không nhỏ đến xuất khẩu gạo nếp sang thị trường này trong thời gian tới. Ngoài ra, giá gạo của Việt Nam hiện đang cao hơn so với một số nhà cung cấp khác như Thái Lan và Pakistan, điều này cũng ảnh hưởng tới khả năng cạnh tranh của gạo Việt Nam trên thị trường quốc tế. Với những khó khăn kể trên, xuất khẩu gạo của Việt Nam trong những tháng cuối năm nay khó có sự đột biến, nhiều khả năng sẽ tập trung vào các đơn hàng đã ký kết từ trước.

- Mặt hàng cà phê

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong tháng 8/2017 ước đạt 95 nghìn tấn, trị giá 227 triệu USD, giảm 5,8% về lượng và 3,8% về trị giá so với tháng trước, đồng thời so với tháng 8/2016 giảm mạnh 37,3% về lượng và 22,3% về trị giá. Tính chung, 8 tháng năm 2017, xuất khẩu cà phê của nước ta ước đạt 1,026 triệu tấn, trị giá 2,343 tỷ USD, giảm 19,4% về lượng nhưng lại tăng 3,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2016. Trong bối cảnh nguồn cung trong nước không còn nhiều và chuẩn bị bước vào vụ thu hoạch mới nên xuất khẩu cà phê trong tháng tới nhiều khả năng vẫn ở mức thấp.

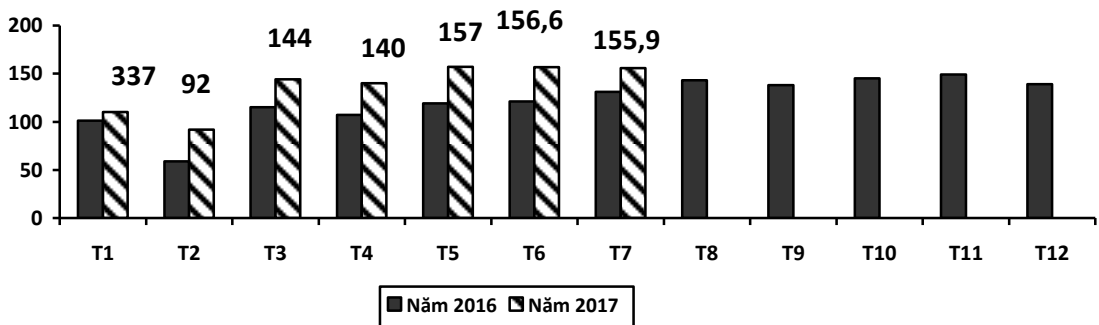
Riêng trong 7 tháng đầu năm 2017, giá cà phê xuất khẩu bình quân đạt 2.273,2 USD/tấn, tăng tới 29,6% so với cùng kỳ năm 2016. Trong đó, Đức và Hoa Kỳ tiếp tục là hai thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam với thị phần lần lượt là 15,4% và 13,9%. Các thị trường có giá trị xuất khẩu cà phê trong 7 tháng đầu năm 2017 tăng mạnh là: Hàn Quốc (70,3%), Bỉ (29,8%), Hoa Kỳ (20%), Italia (16,7%), Angieri (13,1%) và Đức (10,2%). 7 tháng đầu năm 2017, cà phê Robusta là chủng loại xuất khẩu lớn nhất chiếm đến 92,7% tổng lượng cà phê xuất khẩu, đạt gần 819,7 nghìn tấn, trị giá 1,734 tỷ USD, giảm 19% về lượng và tăng 6,1% về trị giá so với cùng kỳ năm 2016 do giá xuất khẩu tăng.

Xuất khẩu nông, thủy sản sang Nhật Bản tăng 26,8%

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục hải quan, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản sang thị trường Nhật Bản 7 tháng đầu năm 2017 đạt gần 953 triệu USD, tăng 26,8% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng, tháng 7/2017 xuất khẩu sang thị trường này đạt 155,9 triệu USD, giảm nhẹ 0,5% so với tháng 6/2017 nhưng lại tăng 18,8% so với tháng 7/2016.

Về chủng loại xuất khẩu:

Nhật Bản là thị trường tiềm năng đối với nhiều doanh nghiệp nông thủy sản Việt Nam. Hiện các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam sang Nhật Bản trong 7 tháng đầu năm nay gồm: thủy sản, cao su, hàng rau quả, cà phê, hạt tiêu, hạt điều, sản và các sản phẩm về sản.

Kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam tới Nhật Bản trong năm 2016-2017 (ĐVT: triệu USD)

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Mặt hàng thủy sản:

Xuất khẩu **hàng thủy sản** là mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong 7 tháng, chiếm 73,9% tổng kim ngạch xuất khẩu cả nước, đạt 705,2 triệu USD, tăng 31,1% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng, tháng 7/2017 xuất khẩu mặt hàng này đạt gần 117,7 triệu USD, tăng 3,0% so với tháng 6/2017 và tăng 21,7% so với tháng 7/2016.

Các chủng loại thủy sản của Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang Nhật Bản trong 7 tháng năm nay gồm: tôm, mực, cá ngừ... Trong đó, tôm là chủng loại xuất khẩu sang Nhật Bản lớn nhất, hiện xuất khẩu tôm đã có sự dịch chuyển thị trường từ Hoa Kỳ sang các thị trường khác trong đó có Nhật Bản. Tại thị trường Nhật Bản, nhờ đồng Yên Nhật tăng giá, nhu cầu tiêu thụ tôm tăng cao kèm theo các doanh nghiệp chế biến thủy sản Việt Nam có nhiều cải thiện về mặt chất lượng đã khiến Nhật Bản trở thành thị trường dẫn đầu, thay thế cho thị trường lớn Hoa Kỳ.

Theo Hải quan Nhật Bản, nhập khẩu tôm của nước này trong 6 tháng năm 2017 đạt trị giá 691,2 triệu USD, tăng 6,2% so với cùng kỳ năm 2016. Thông thường, Nhật Bản sẽ nhập khẩu nhiều tôm hơn trong 6 tháng cuối năm. Như trong 6 tháng cuối năm 2016, Nhật Bản nhập khẩu 90,2 nghìn tấn tôm tăng 53% so với nửa đầu năm 2016. Nếu xu hướng trên vẫn diễn ra trong năm nay, Nhật Bản sẽ nhập khẩu khoảng 95,8 nghìn tấn trong giai đoạn từ tháng 7 đến tháng 12 và nhập khẩu 158,5 nghìn tấn trong cả năm 2017.

Với đà tăng trưởng như hiện nay, xuất khẩu tôm sang thị trường Nhật Bản trong các tháng cuối năm dự báo sẽ tiếp tục tăng, nhất là khi nhu cầu tiêu thụ sẽ tăng mạnh trong dịp lễ Noel, Tết Dương lịch. Tuy nhiên, ngành tôm cũng phải đối mặt với không ít khó khăn, thách thức, nhất là những rào cản liên quan đến hàng rào kỹ thuật ở nước nhập khẩu đặt ra ngày càng cao.

Mặt hàng cà phê:

Cà phê là mặt hàng xuất khẩu sang Nhật Bản đứng vị trí thứ hai sau thủy sản. 7 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản đạt trị giá 132,9 triệu USD, tăng 9,2% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng, tháng 7/2017 xuất khẩu mặt hàng này đạt 17,1 triệu USD, giảm 16,3% so với tháng 6/2017 và giảm 15,2% so với tháng 7/2016. Trong đó, Robusta là chủng loại được xuất khẩu lớn nhất trong 7 tháng, chiếm 89,5% tổng lượng cà phê xuất khẩu sang thị trường này, đạt 109 triệu USD, tăng 8,3% so với cùng kỳ năm trước; xuất khẩu cà phê Arabica tăng mạnh 59,6%. Trái lại, xuất khẩu cà phê hòa tan giảm 9,7% so với cùng kỳ năm 2016, đạt 11,2 triệu USD.

Giá xuất khẩu cà phê sang thị trường Nhật Bản trong 7 tháng năm nay đạt 2.352 USD/tấn, tăng 26,7% so với cùng kỳ năm trước.

Dự báo: xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường Nhật Bản trong thời gian tới sẽ tiếp tục thuận lợi do nhu cầu cao từ thị trường này, cùng với đó là yếu tố chu kỳ.

Nhật Bản hiện đang là nhà tiêu thụ cà phê lớn, theo thống kê của Intracent, kim ngạch nhập khẩu cà phê của Nhật Bản từ Việt Nam 6 tháng năm 2017 đạt 107,4 triệu USD, tăng 26,1% so với cùng kỳ năm 2016.

6 tháng năm 2017 thị phần nhập khẩu cà phê của Nhật Bản từ Việt Nam đã tăng lên 13,8% so với mức 11,5% của tháng 6 tháng năm 2016. Trong khi đó, thị phần nhập khẩu cà phê của Nhật Bản từ một số nước lớn giảm như: Braxin, Côlômbia, Goatêmalala, Tanzania...

Mặt hàng rau quả:

Hàng rau quả là mặt hàng xuất khẩu sang Nhật Bản đứng vị trí tiếp theo với mức tăng trưởng mạnh trong 7 tháng năm 2017 đạt trị giá 67,7 triệu USD, tăng 60,8% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng, tháng 7/2017 xuất khẩu mặt hàng này đạt 11,2 triệu USD, giảm 15,7% so với tháng 6/2017 nhưng lại tăng 61% so với tháng 7/2016.

Hiện cây ăn quả của Việt Nam không ngừng nâng lên về năng suất cũng như chất lượng, mở rộng xuất khẩu ra 60 quốc gia trên thế giới. Thậm chí một số chủng loại rau quả thông thường ở Việt Nam có giá rẻ, nhưng khi xuất sang Nhật những loại rau, quả này lại có lợi nhuận khá cao. Lá tía tô xanh giống của Nhật Bản được xuất khẩu với giá cao tới 700 đồng/lá, quả tầm bóp ở Nhật có giá 700.000 đồng/kg. Trong khi đó, ở Việt Nam, cây tầm bóp mọc hoang khắp nơi, ở trên các bờ ruộng, bãi cỏ, đất hoang hay ven đường làng quê, 12 quả vài triệu giá 430.000 đồng tại Nhật Bản, Thanh long vỏ đỏ ruột trắng là trái cây tươi đầu tiên của Việt Nam được xuất khẩu vào thị trường Nhật, xoài Cát Chu Việt Nam chính thức vào thị trường Nhật Bản. Ở đây, xoài có giá khoảng 100.000 đồng mỗi trái, người dân Nhật Bản hào hứng với việc mua xoài Cát Chu của Việt Nam.

Để xuất khẩu hàng rau quả tăng trưởng mạnh từ nay đến năm 2020 các doanh nghiệp cần chú ý đa dạng hóa và phát triển các loại rau, củ quả mới sang Nhật, nhất là các loại rau quả nhiệt đới (chuối, dưa, xoài, bơ...), các loại quả có múi (bưởi, cam, chanh), kể cả các loại hoa, cây cảnh, các loại rau, gia vị như hành, bí đỏ, gừng, cà rốt, hạt tiêu, các loại quả đông lạnh, chế biến sẵn theo công nghệ Nhật và đáp ứng các tiêu chuẩn của Nhật về vệ sinh, an toàn thực phẩm và bảo vệ môi trường. Hiện một số mặt hàng nông thủy sản của Việt Nam được bán tại hệ thống siêu thị của Aeon, Don Kihote...

Các mặt hàng nông sản xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản 7 tháng năm 2017 và tháng 7 năm 2017 (ĐVT: nghìn USD)

Tên hàng	7 tháng năm 2017	% so 7 tháng năm 2016	Tháng 7 năm 2017	% so tháng 6 năm 2017	% so tháng 7 năm 2016
Hàng thủy sản	705.260	31,1	117.687	3,0	21,7
Cà phê	132.951	9,2	17.131	-16,3	-15,2
Hàng rau quả	67.714	60,8	11.190	-15,7	61,0
Hạt điều	15.238	22,8	2.962	56,3	21,1
Cao su	13.178	48,6	1.743	-26,9	13,8
Hạt tiêu	11.716	-30,5	1.452	-20,2	-54,4
Sản và các sản phẩm từ sản	6.908	-39,6	3.728	48,2	1.358,1

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

Dự báo: xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang thị trường Nhật Bản trong thời gian tới tiếp tục thuận lợi do nhu cầu đang có xu hướng tăng cao, cùng với đó kinh tế Nhật Bản tăng trưởng khả quan hỗ trợ tích cực đến chi tiêu tiêu dùng và tình trạng thiếu lao động, nhất là lao động trong lĩnh vực nông nghiệp trong khi nhu cầu về thực phẩm vẫn liên tục tăng.

- Những thuận lợi xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang thị trường Nhật Bản hiện nay:

Tận dụng hiệu quả các hiệp định thương mại trong đó có Hiệp định Đối tác kinh tế Việt - Nhật (VJEPA) sẽ có trên 800 dòng sản phẩm nông sản và thủy sản Việt Nam vào Nhật với thuế suất 0%.

Hiện xu thế sử dụng sản phẩm đã chế biến tại Nhật sẽ giúp Việt Nam phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng trong tương lai gần. So với chế biến sản phẩm thô, sản phẩm tinh chế tiết kiệm được khoảng 40% lượng nguyên liệu, giá bán cao hơn 40 - 50%. Vì vậy nhiều doanh nghiệp Việt Nam đang quan tâm đến việc nâng cấp các nhà máy chế biến để sản xuất và xuất khẩu các sản phẩm đã qua chế biến sang thị trường Nhật Bản.

- Thách thức và khó khăn:

Trong khoảng vài năm trở lại đây, vấn đề vệ sinh an toàn thực phẩm của Nhật Bản vốn đã cao, lại ngày càng được siết chặt khiến cho các mặt hàng xuất khẩu tươi sống của Việt Nam thêm nhiều khó khăn. Nhưng thực tế thì các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn này áp dụng cho tất cả các nguồn hàng nhập khẩu chứ không riêng gì với sản phẩm từ Việt Nam. Thời gian gần đây, một số nhà nhập khẩu Nhật Bản mong muốn siết chặt vấn đề chất lượng tôm nguyên liệu từ vùng nuôi, muốn kiểm soát chất lượng vùng nuôi và truy xuất nguồn gốc thủy hải sản Việt Nam. Thực chất, đây cũng là những yêu cầu xuất phát từ trào lưu "ăn thực siêu sạch" của Nhật Bản.

- Danh sách doanh nghiệp xuất khẩu theo mặt hàng.

Doanh nghiệp xuất khẩu hàng thủy sản đạt kim ngạch lớn sang Nhật Bản 7 tháng năm 2017 (ĐVT: nghìn USD)

Doanh Nghiệp	Trị giá
Cty CP Thủy Sản Minh Phú Hậu Giang	51.011
Cty CP Tập Đoàn Thủy Sản Minh Phú	37.835
Cty CP Thực Phẩm xuất khẩu Trung Sơn Hưng Yên	25.245
Cty CP Thực Phẩm Sao Ta	24.646
Cty CP Hải Việt	24.313
Cty CP Thực Phẩm Trung Sơn	22.866
Cty TNHH Chế Biến & xuất khẩu Thủy Sản Cam Ranh	20.621
Cty CP XNK Thủy Sản Miền Trung	17.520
Cty CP Thủy Sản Cổ Chiên	16.986
Cty TNHH KD Chế Biến Thủy Sản Và XNK Quốc Việt	14.857
Cty TNHH hải sản Thanh Thế	14.042
Cty CP Thủy Sản Sạch Việt Nam	13.113
Cty CP Sài Gòn FOOD	11.952
Cty TNHH Hải Nam	11.823
Cty TNHH Thủy Sản Đông Hải	11.524
Cty TNHH thực phẩm xuất khẩu Nam Hải	10.942
Cty CP Chế Biến Thủy Sản Tài Kim Anh	9.934
Cty CP thủy sản và thương mại Thuận Phước	9.813
Cty CP Thủy Sản Thông Thuận "Cam Ranh"	9.694
Cty CP Thực Phẩm Gn	9.346

(Số liệu thống kê sơ bộ, chỉ dùng để tham khảo)

**Doanh nghiệp xuất khẩu hàng cà phê đ ạt kim ngạch lớn sang Nhật Bản
7 tháng năm 2017 (ĐVT: nghìn USD)**

Tên doanh nghiệp	Trị giá
Cty TNHH 1TV XNK 2-9 ĐẮK LẮK	25.674
Cty Cổ Phần Intimex Mỹ Phước	18.559
Cty TNHH Cà Phê Outspan Việt Nam	10.963
Cty Cổ Phần Intimex ĐẮK NÔNG	10.758
Cty TNHH Dakman Việt Nam	10.350
Cty Cổ Phần XNK Cà Phê Intimex Nha Trang	9.573
Cty TNHH Thương Phẩm Atlantic Việt Nam	9.282
Chi Nhánh Cty TNHH Cà Phê Vĩnh An Tại Đồng Nai	8.332
Cty TNHH Sản Xuất Và Thương Mại Cát Quế	5.394
Cty TNHH OLAM Việt Nam	3.626
Cty TNHH Cà phê Hà Lan Việt Nam	2.917
CN Cty Cổ Phần Tập Đoàn Intimex Tại Buôn Ma Thuột	2.427
Cty TNHH INSTANTA Việt Nam	1.558
Cty TNHH 1TV Cà phê Thăng Lợi	1.364
Cty TNHH TOUTON Việt Nam	1.276
Cty TNHH Neumann Gruppe Việt Nam	1.091
Cty TNHH Hồ Phước	1.016
Cty TNHH Nh Tùng	956
Cty TNHH Thương Mại Và Chế Biến Louis Dreyfus Company Việt Nam	944
Cty Cổ Phần Tập Đoàn Intimex	934
Cty Cổ Phần Dịch Vụ Phú Nhuận	931

(Số liệu thống kê sơ bộ, chỉ dùng để tham khảo)

Xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang ASEAN sẽ phục hồi trở lại

Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, ASEAN là thị trường tiêu thụ nông, thủy sản lớn thứ 4 của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm 2017 với kim ngạch đạt 1,01 tỷ USD, giảm nhẹ 5,8% so với cùng kỳ năm ngoái, chiếm 6,89% tổng kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam và chiếm 8,25% trong tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang khu vực ASEAN.

Đáng chú ý, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản sang ASEAN giảm trong bối cảnh xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam sang thị trường này trong 7 tháng đầu năm nay tăng mạnh 26,9%. Nguyên nhân khiến xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN gặp khó khăn trong 7 tháng đầu năm nay được nhận định là do ASEAN vốn là thị trường có cơ cấu ngành hàng khá giống với Việt Nam. Các mặt hàng nông, thủy sản cũng là những mặt hàng có thế mạnh của các nước trong khu vực, do đó xuất khẩu nhóm hàng này gặp khá nhiều khó khăn khi xuất khẩu vào các nước ASEAN. Thậm chí ở chiều ngược lại, ngay tại thị trường nội địa các mặt hàng nông, thủy sản của Việt Nam cũng chịu sự cạnh tranh gay gắt trước các mặt hàng nông, thủy sản từ ASEAN nhập khẩu vào Việt Nam.

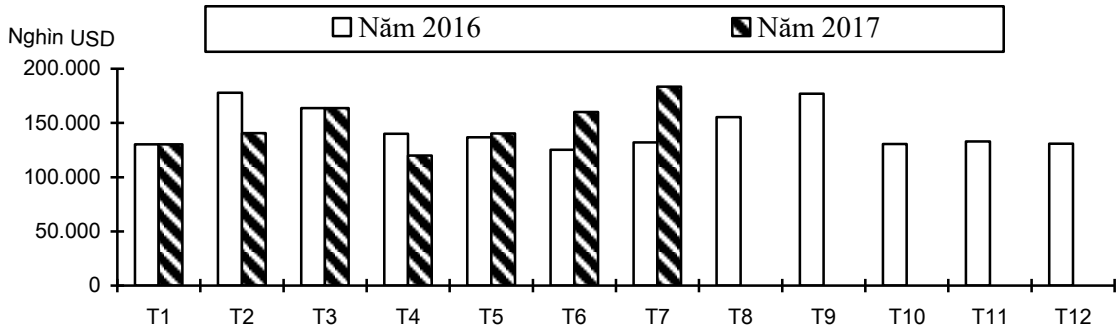
Tuy nhiên, xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN đang có dấu hiệu tích cực khi phục hồi khá mạnh trở lại trong thời gian gần đây. Tính riêng trong tháng 7/2017, kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản tới thị trường ASEAN tăng 14,6% so với tháng 6/2017 và tăng tới 39,1% so với cùng kỳ năm ngoái.

Để đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông thủy sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN, vấn đề quan trọng lúc này là nâng cao hơn nữa năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp Việt Nam trong hoạt động thương mại ở thị trường ASEAN.

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

Ngoài ra cần linh hoạt, nhạy bén và nắm bắt những cơ hội mà Cộng đồng kinh tế ASEAN (AEC) mang lại. Theo đó, các doanh nghiệp cần phát triển mạnh các hệ thống phân phối hàng Việt Nam ở trong nước và từng bước mở rộng ra nước ngoài để nâng cao tính chủ động và hiệu quả xuất khẩu.

Kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang ASEAN năm 2016-2017



(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

- Về mặt hàng:

7 tháng đầu năm nay, 3 mặt hàng gồm thủy sản, gạo, cà phê đã chiếm tới 72,2% tổng kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam tới thị trường ASEAN. Trong đó hàng thủy sản đứng đầu với kim ngạch đạt 324,32 triệu USD, tăng 14% so với cùng kỳ năm ngoái. Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu gạo và cà phê sang thị trường ASEAN lại giảm lần lượt là 18,5%, 11,5% so với 7 tháng năm 2016.

Tính riêng tháng 7/2017, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản chủ lực tới thị trường ASEAN đều tăng mạnh so với tháng trước. Cụ thể, hàng thủy sản tăng 20%, gạo tăng 28,1%, cà phê tăng 29,5%.

Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang ASEAN trong 7 tháng đầu năm 2017 (VT: nghìn USD)

Tên hàng	Tháng 7/2017	So với tháng 6/2017 (%)	So với tháng 7/2016 (%)	7 tháng năm 2017	So với 7T/2016 (%)	Tỷ trọng 7T/2017 (%)
Tổng KNXK sang ASEAN	1.825.974	-1,3	24,7	12.259.530	26,9	
KNXK nông, thủy sản sang ASEAN	183.463	14,6	39,1	1.011.950	-5,8	100,0
Hàng thủy sản	57.097	20,0	30,5	324.323	14,0	32,0
Gạo	56.081	28,1	156,2	256.231	-18,5	25,3
Cà phê	26.600	29,5	12,1	150.438	-11,5	14,9
Cao su	14.431	-18,8	46,3	73.466	24,2	7,3
Hạt điều	13.072	13,2	52,4	58.685	11,0	5,8
Hàng rau quả	8.044	-17,2	-12,6	76.366	-4,5	7,5
Hạt tiêu	5.304	-11,2	-41,9	42.032	-48,5	4,2
Sản và các SP từ sản	1.777	-25,5	-50,3	23.902	22,7	2,4
Chè	1.056	36,2	-52,0	6.506	-47,5	0,6

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

- Về thị trường:

Hàng nông, thủy sản của Việt Nam được xuất khẩu tới 8 trong tổng số 9 thị trường trong khối ASEAN. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản tới thị trường Malaysia đạt cao nhất với 300,7 triệu USD trong 7 tháng đầu năm 2017, tăng mạnh 26,3% so với cùng kỳ năm ngoái và chiếm 29,7% tổng kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang ASEAN.

Tương tự, kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang thị trường Thái Lan cũng tăng 9,2% so với 7 tháng năm 2016.

Ở chiều ngược lại, kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản tới Ấn Độ giảm 78,1%, Campuchia giảm 13,7%, Brunei giảm 25,3%.

Kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang các thị trường thuộc khối ASEAN trong 7 tháng năm 2017 (ĐVT: nghìn USD)

Thị trường	Tháng 7/2017	So với tháng 6/2017 (%)	So với tháng 7/2016 (%)	7 tháng năm 2017	So với 7 tháng năm 2016 (%)	Tỷ trọng 7 tháng năm 2017 (%)
Malaysia	73.860	37,3	80,3	300.732	26,3	29,7
Thái Lan	51.963	23,3	33,1	271.677	9,2	26,8
Philippin	30.700	-15,0	12,9	261.646	0,8	25,9
Singapore	20.829	21,0	38,0	116.598	2,5	11,5
Ấn Độ	4.208	-44,3	-37,1	42.526	-78,1	4,2
Campuchia	1.333	22,1	20,7	8.557	-13,7	0,8
Lào	449	-66,8	-36,8	5.101	53,3	0,5
Brunei	121	-84,3	-89,3	5.111	-25,3	0,5
Tổng	183.463	14,6	39,1	1.011.950	-5,8	100,0

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Triển vọng xuất khẩu nông, thủy sản sang thị trường ASEAN

- Thuận lợi:

+ Với quy mô trên 600 triệu người, ASEAN được xem là thị trường tiêu thụ hàng hóa nói chung và nông, thủy sản nói riêng của Việt Nam.

+ Nhiều năm qua, ASEAN là một trong những thị trường trọng điểm của hàng hóa Việt. Với việc thành lập AEC, hàng rào thuế quan trong khu vực ASEAN đã được dỡ bỏ. Hiện, tỷ lệ bãi bỏ thuế quan ở các nước ASEAN-6 là 98%; của Việt Nam, Lào và Myanmar là 91% và đang phấn đấu đạt tỷ lệ 98% vào năm 2018. Nhờ đó, các doanh nghiệp sẽ được hưởng những yếu tố tích cực trong việc xuất khẩu hàng hóa nói chung và nhóm hàng nông, thủy sản nói riêng sang các nước trong khu vực ASEAN.

+ Ngoài gạo các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào thị trường ASEAN cũng đang dần tìm được chỗ đứng tại thị trường và được người tiêu dùng các nước ASEAN ưa chuộng như: Thủy sản, cà phê, cao su...

+ Hiện nay kim ngạch xuất khẩu hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN vẫn còn chiếm tỷ trọng khá thấp trong tổng kim ngạch xuất khẩu chung sang ASEAN (chiếm 8,25%), do đó nông, thủy sản của Việt Nam còn nhiều dư địa xuất khẩu sang thị trường này.

+ Đặc biệt, xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang thị trường ASEAN đang có xu hướng tăng trở lại kể từ tháng 5/2017 đến nay.

- Khó khăn

+ Dù có tiềm năng lớn nhưng để đẩy mạnh xuất khẩu vào ASEAN không hề dễ bởi hàng hóa Việt phải cạnh tranh gay gắt với sản phẩm cùng loại của các nước khác như Thái Lan, Singapore, Malaysia... Trong khi đó, sức cạnh tranh của hàng hóa xuất khẩu nước ta còn hạn chế so với các nước trong khu vực cho nên việc mở rộng thị phần gặp khó khăn.

+ Bên cạnh đó, không thể không nhắc đến việc tăng cường các biện pháp phòng vệ thương mại với hàng xuất khẩu của Việt Nam từ các nước trong khu vực. Các mặt hàng nông sản, nhiều hàng rào kỹ thuật cũng được dựng lên nhằm bảo hộ sản xuất trong nước khiến nông, thủy sản nước ta xuất khẩu sang các nước ASEAN khó khăn hơn.

+ Một số thị trường nhập khẩu gạo chính của Việt Nam trong khối ASEAN như Philippin, Ấn Độ có xu hướng tự chủ nguồn lương thực, giảm nhập khẩu gạo.

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

- Dự báo

Mặc dù còn nhiều khó khăn nhưng xuất khẩu hàng nông, thủy sản sang thị trường khu vực ASEAN được dự báo sẽ tiếp tục phục hồi và đạt kết quả khả quan trong những tháng cuối năm nay. Nguyên nhân là do các doanh nghiệp Việt Nam đang tận dụng tốt các cơ hội từ AEC và nhu cầu hàng nông, thủy sản từ thị trường này đang có xu hướng tăng, nhất là đối với mặt hàng gạo.

Sau khi trúng thầu 175.000 tấn gạo trong gói thầu 250.000 tấn gạo 25% tấm của Cơ quan Lương thực quốc gia Philippin (NFA) thì ngành gạo tiếp tục đón nhận thêm một tin vui khi Cơ quan Lương thực Quốc gia Philippin (NFA) vừa cho phép tự nhân nước này nhập khẩu 805.200 tấn gạo theo cơ chế tiếp cận thị trường tối thiểu (MAV) từ 7 quốc gia và xuất xứ bất kỳ nước nào. Riêng Việt Nam và Thái Lan, tự nhân được phép mua 293 ngàn tấn/nước.

Ngoài ra, Ấn Độ dự kiến sẽ bổ sung tồn kho cho vụ giáp hạt tháng 10, tháng 11, theo chu kỳ hàng năm Ấn Độ sẽ nhập khẩu gạo vào những tháng cuối năm và gởi đầu qua tháng 1, tháng 2 năm sau. Đây cũng sẽ là cơ hội cho ngành gạo Việt Nam.

Hiện các doanh nghiệp Việt Nam vẫn tiếp tục giao hàng cho Malaysia và Philippin.. theo hợp đồng đã ký. Trong 7 tháng đầu năm nay, Malaysia là thị trường xuất khẩu gạo lớn nhất của Việt Nam trong khối ASEAN với khối lượng đạt 288,7 nghìn tấn, tăng gấp 2 lần so với cùng kỳ năm ngoái. Ngoài ra lượng gạo xuất khẩu tới thị trường Philippin và Singapore cũng tăng lần lượt là 42%, 22,9%. Tuy nhiên lượng gạo xuất khẩu sang Ấn Độ lại giảm mạnh 95,7% so với cùng kỳ năm ngoái.

Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường ASEAN trong 7 tháng năm 2017

Thị trường	7 tháng năm 2017		So với 7 tháng năm 2016 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Malaysia	288.727	110.855	107,6	78,3
Philippin	275.020	106.862	41,7	29,2
Singapore	58.267	28.781	22,9	19,4
Ấn Độ	15.250	5.354	-95,7	-96,2
Brunei	11.075	4.381	-18,7	-29,4
Thái Lan	1.003	457	2.034,0	1.369,0
Campuchia	66	67	-7,1	-7,0

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

Thị trường ASEAN chủ yếu nhập khẩu gạo trắng của Việt Nam trong 7 tháng đầu năm nay với khối lượng đạt 541,12 nghìn tấn, giảm 15,8% so với cùng kỳ năm ngoái. Tương tự, lượng gạo nếp và gạo lứt xuất khẩu sang thị trường ASEAN cũng giảm 6,3% và 2%. Trái lại, lượng gạo thơm xuất khẩu sang thị trường khu vực ASEAN tăng khá mạnh 16,9%.

Chủng loại gạo xuất khẩu của Việt Nam sang thị trường ASEAN trong 7 tháng năm 2017

Tên hàng	7 tháng năm 2017		So với 7 tháng năm 2016 (%)	
	Lượng (tấn)	Trị giá (nghìn USD)	Lượng	Trị giá
Gạo trắng	541.126	202.178	-15,8	-22,5
Gạo thơm	69.510	35.334	16,9	11,1
Gạo nếp	39.324	19.456	-6,3	-11,0
Gạo lứt	45	30	-2,0	-9,6
Gạo đỏ	20	12	300,0	231,9

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

Tham khảo một số doanh nghiệp xuất khẩu gạo tiêu biểu sang thị trường ASEAN trong 7 tháng năm 2017

Tên doanh nghiệp	Kim ngạch (nghìn USD)
Tổng Công Ty Lương Thực Miền Bắc	30.367
Công Ty TNHH Một Thành Viên - Tổng Công Ty Lương Thực Miền Nam	23.102
Công Ty Cổ Phần Quốc Tế Gia	17.517
Công Ty CP Xuất Nhập Khẩu An Giang	17.269
Công Ty Lương Thực Long An	15.295
Công Ty CP Nông Sản Vinacam	14.544
Công Ty Cổ Phần Lương Thực Bình Định	10.098
Công Ty CP Hiệp Lợi	9.373
Công Ty TNHH 01 Thành Viên Du Lịch - Thương Mại Kiên Giang	8.800
Công Ty Cổ Phần Tân Đồng Tiến	8.527
Công Ty CP Tập Đoàn Lộc Trời	8.288
Công Ty TNHH Angimex - Kitoku	6.759
Công Ty Cổ Phần Nông Nghiệp Công Nghệ Cao Trung An	6.557
Công Ty Cổ Phần Xuất Nhập Khẩu Kiên Giang	6.512
Công Ty TNHH Lương Thực - Thực Phẩm Long An	5.438
Công Ty Cổ Phần Phú Hưng	4.784
Công Ty Cổ Phần Tập Đoàn Intimex	4.106
Công Ty TNHH Lương Thực Phương Đông	3.816
Công Ty CP Gentraco	3.717
Công Ty Cổ Phần Xuất Nhập Khẩu Và Hợp Tác Đầu Tư Vilexim	3.454
Tổng Công Ty Thương Mại Hà Nội	3.449

(Số liệu thống kê sơ bộ, chỉ dùng để tham khảo)

+ Triển vọng xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN

Thủy sản là mặt hàng đứng đầu về xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN trong 7 tháng đầu năm nay và kim ngạch cũng tăng khá mạnh 14% so với cùng kỳ năm ngoái.

Để đẩy mạnh xuất khẩu thủy sản sang các nước ASEAN cần tận dụng tốt các thế mạnh của Việt Nam như giá thành, ưu đãi về thuế và lợi thế về địa lý. Đơn cử như mặt hàng cá tra, xuất khẩu cá tra vào ASEAN nằm ở giá thành, mặc dù chịu sự cạnh tranh với các loại cá thịt trắng khác, nhưng Việt Nam có vị trí địa lý gần kề, chi phí vận chuyển giảm, đồng thời thương hiệu của cá tra Việt Nam cũng được các nước xung quanh biết đến. Việt Nam và các nước ASEAN có chung một số ngành hàng xuất khẩu, tuy nhiên, nếu Việt Nam phát triển các sản phẩm giá trị gia tăng, các sản phẩm vẫn tiêu thụ tốt, điển hình là các mặt hàng chả cá và surimi của Việt Nam xuất khẩu sang ASEAN tăng liên tục nhiều năm.

Để khẳng định vị thế của ngành thủy sản Việt Nam tại thị trường ASEAN, chắc chắn các doanh nghiệp và các cơ quan chức năng cần phải có sự quan tâm đầu tư hơn nữa đối với thị trường này trong thời gian tới, bởi theo đánh giá chung thì khả năng xuất khẩu vào thị trường này sẽ tăng trong năm nay và những năm tới.

THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP

Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang các thị trường ASEAN trong 7 tháng năm 2017 (ĐVT: nghìn USD)

Thị trường	Tháng 7/2017	So với tháng 6/2017 (%)	So với tháng 7/2016 (%)	7 tháng năm 2017	So với 7 tháng năm 2016 (%)
Thái Lan	25.073	29,3	19,9	137.483	3,7
Philippin	12.241	9,6	60,7	63.931	51,6
Singapore	9.054	9,8	6,4	56.999	1,4
Malaysia	8.879	18,9	66,9	53.726	26,1
Campuchia	1.234	20,1	22,6	7.452	0,3
Indônêxia	495	104,9	36,7	4.001	39,9
Brunei	121	202,3	173,1	731	13,6

(Nguồn: Tổng cục Hải quan)

Tham khảo doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản tiêu biểu sang thị trường EU trong 7 tháng năm 2017

Tên doanh nghiệp	Kim ngạch (nghìn USD)
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Đồ Hộp Việt Cường	13.271
Dntn Huỳnh Hớn	12.098
Công Ty CP Chế Biến Và Dịch Vụ Thủy Sản Cà Mau	9.669
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Chế Biến Hải Sản Xuất Khẩu Khánh Hoàng	9.653
Công Ty CP Nam Việt	7.789
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Thủy Sản Nguyễn Tiến	6.186
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Công Nghiệp Thực Phẩm Pataya (Việt Nam)	5.610
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Một Thành Viên Trí Danh Kiên Giang	5.386
Công Ty TNHH Hoa Nam	5.227
Công Ty TNHH Royal Foods Việt Nam	4.596
Công Ty TNHH Xây Dựng Và Hải Sản An Toàn	4.503
Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Thực Phẩm Phú Kim Nhật	4.371
Cty TNHH Một TV Li Chuan Food Products (Việt Nam)	4.282
Công Ty CP Xuất Nhập Khẩu Thủy Sản An Giang	4.249
Công Ty Cổ Phần Chế Biến Thủy Sản Trường Long	3.995
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Phước Thắng	3.992
Công Ty TNHH Một Thành Viên Hải Sản Tân Đại Dương	3.778
Công Ty Trách Nhiệm Hữu Hạn Đại Thành	3.708
Công Ty Cổ Phần Chăn Nuôi C.P. Việt Nam - Chi Nhánh Đông Lạnh Bến Tre	3.544

(Số liệu thống kê sơ bộ, chỉ dùng để tham khảo)

THÔNG TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

Bắc Kạn nỗ lực xây dựng thương hiệu nông sản

Trong những năm gần đây, tỉnh Bắc Kạn luôn ưu tiên kêu gọi đầu tư vào lĩnh vực nông, lâm nghiệp, phát triển sản xuất theo hướng tập trung, hình thành vùng sản xuất hàng hóa. Cùng với đó, tỉnh đã tăng cường công tác xúc tiến thương mại nhằm quảng bá sản phẩm và tìm kiếm thị trường tiêu thụ.

Đến nay, tỉnh đã có 05 sản phẩm được Bộ Khoa học và Công nghệ cấp chứng nhận quyền sở hữu trí tuệ, trong đó có 02 sản phẩm được cấp Giấy chứng nhận chỉ dẫn địa lý (Hồng không hạt Bắc Kạn và Quýt Bắc Kạn); 03 sản phẩm được cấp chứng nhận Nhãn hiệu tập thể (Gạo bao thai Chợ Đồn, Miến dong Bắc Kạn và gạo Khẩu nua lếch Ngân Sơn). Khi được công nhận quyền sở hữu trí tuệ chính là cơ hội lớn để các sản phẩm đặc sản này khẳng định danh tiếng, nâng cao sức cạnh tranh trên thị trường.

Hồng không hạt:

Ngày 08 tháng 09 năm 2010, Cục Sở hữu trí tuệ đã ra Quyết định số 1721/QĐ-SHTT về việc cấp Giấy chứng nhận đăng ký chỉ dẫn địa lý số 00021 cho sản phẩm hồng không hạt Bắc Kạn. Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bắc Kạn là tổ chức quản lý chỉ dẫn địa lý "Bắc Kạn" cho sản phẩm hồng không hạt. Năm 2014, hồng không hạt Bắc Kạn và quýt Bắc Kạn đạt danh hiệu "Thương hiệu vàng nông nghiệp Việt Nam" do Tổng hội Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tổ chức.

Cây hồng không hạt gắn với vùng đất Bắc Kạn đã có lịch sử phát triển trên 100 năm. Hồng không hạt Bắc Kạn là loại cây bản địa, mang nguồn gen quý hiếm, sinh trưởng và phát triển ở vùng đất và khí hậu đặc thù, kinh nghiệm ngâm hồng của đồng bào dân tộc thiểu số ở địa phương đã tạo ra giá trị riêng biệt. Vào mùa thu, đặc biệt vào ngày Tết trung thu truyền thống, quả hồng không hạt Bắc Kạn thường được dùng làm quà biếu cho bạn bè và người thân, được bày trên mâm ngũ quả trong mỗi gia đình người Việt. Nét văn hóa đặc thù này đã làm cho giá trị và danh tiếng của hồng được lưu truyền qua hàng trăm năm cho đến ngày nay.

Bắc Kạn hiện có hơn 500 ha hồng không hạt, trong đó huyện Chợ Đồn và Ba Bể là hai địa phương trồng nhiều nhất với gần 400 ha. Hồng không hạt đang là cây trồng chủ lực, mang lại thu nhập cao cho nhiều hộ gia đình.

Quýt Bắc Kạn:

Sau 5 năm được cấp Chứng nhận chỉ dẫn địa lý, sản phẩm quýt Bắc Kạn ngày càng được thị trường ưa chuộng, trở thành sản phẩm hàng hóa nông sản đặc trưng giúp người dân giảm nghèo, làm giàu bền vững.

Quýt Bắc Kạn được phân biệt với các giống quýt khác nhờ các đặc thù về cảm quan cũng như chất lượng quả. Quả quýt của Bắc Kạn có hình dáng tròn dẹt, đường kính 7 - 9 cm, cao 4 - 5cm, vỏ nhẵn, khi chín có màu vàng tươi, dễ bóc tách, múi to đều mọng nước, tép quả màu vàng rơm, không nát, có vị chua dịu, không the đắng, thơm mùi đặc trưng. Thành phần gồm lượng đường chiếm 9%, nước chiếm 73%, còn lại là axit, vitamin C. Mùa quýt Bắc Kạn bắt đầu từ tháng 9 âm lịch, kéo dài tới Tết Nguyên đán. Mặc dù, giống quýt Bắc Kạn đã từng được đem trồng thử ở nhiều nơi nhưng không đâu có chất lượng bằng trồng ở Bắc Kạn. Với những đặc điểm nổi trội trên, cuối năm 2012, Cục sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ đã cấp giấy chứng nhận Chỉ dẫn địa lý Bắc Kạn cho sản phẩm Quýt Bắc Kạn. Sản phẩm quả quýt tươi được trồng và thu hái trong vùng bản đồ Chỉ dẫn địa lý mà tỉnh Bắc Kạn đã đăng ký với Cục Sở hữu trí tuệ gồm 12 xã: Quang Thuận, Dương Phong, Đôn Phong (huyện Bạch Thông); Rã Bản, Đông Viên, Phương Viên (huyện Chợ Đồn); Thượng Giáo, Địa Linh, Chu Hương, Mỹ Phương, Cao Trĩ, Yên Dương (huyện Ba Bể).

Từ khi được cấp chỉ dẫn địa lý, sản phẩm quýt Bắc Kạn đã khẳng định chỗ đứng ở thị trường trong tỉnh, từng bước mở rộng ra tiêu thụ ở ngoài tỉnh. Đến vụ thu hoạch quýt, trên các trục đường từ xã Quang Thuận, Dương Phong (Bạch Thông) đến các xã Đông Viên, Phương Viên (Chợ Đồn)... các tiểu thương tấp nập tới thu mua mang đi tiêu thụ tại các tỉnh như Thái Nguyên, Cao Bằng, Bắc Giang, Bắc Ninh và Lạng Sơn...

Để bảo tồn và phát triển thương hiệu quýt, những năm qua, Bắc Kạn đã quan tâm hỗ trợ giống, vật tư, kỹ thuật và chỉ đạo các địa phương chuyển mở rộng diện tích canh tác theo hướng sản xuất hàng hóa tập trung. Trong đó, các nhà khoa học trong và ngoài tỉnh đã triển khai Dự án "Xây dựng mô hình ứng dụng và chuyển giao công nghệ nhân giống cây ăn quả có múi đặc sản sạch bệnh tại Bắc Kạn"; Dự án "Nghiên cứu thành phần diễn biến sâu bệnh hại và thiên địch, xây dựng mô hình quản lý dịch hại tổng hợp trên cây cam quýt tại huyện Bạch Thông, Bắc Kạn"...

Hiện nay, vùng trồng cam quýt của Bắc Kạn đã được quy hoạch với diện tích khoảng 2.400ha, năng suất trung bình 83,6tạ/ha, sản lượng 10.880 tấn, thu nhập bình quân hàng năm đạt 85 triệu đồng/ha. Trong đó riêng huyện Bạch Thông chiếm tới 50% diện tích trồng cam, quýt của cả tỉnh.

Theo quy hoạch, trong thời gian tiếp theo, tỉnh Bắc Kạn tiếp tục duy trì và phát triển ổn định diện tích quýt hiện có, trong đó tập trung đầu tư thâm canh, tăng năng suất diện tích 1.500 ha tại các huyện Bạch Thông, Chợ Đồn, Ba Bể. Đồng thời phát triển vùng trồng quýt theo hướng đầu tư quy trình công nghệ chăm sóc, cải tạo thay thế dần những vườn cây ăn quả đã già cỗi, năng suất thấp, nhiễm sâu bệnh bằng các giống tốt, sạch sâu bệnh; phát triển theo hướng đầu tư quy trình công nghệ chăm sóc, cải tạo cam, quýt theo tiêu chuẩn VietGap; đẩy mạnh chế biến, bảo quản, giảm tổn thất sau thu hoạch bằng các hoạt động hỗ trợ công nghệ và thiết bị chế biến bảo quản cho nông dân; tổ chức lại sản xuất theo chuỗi giá trị, tăng cường xúc tiến thương mại (hỗ trợ hình thành các tổ chức sản xuất, kinh doanh như hợp tác xã, tổ hợp tác), hỗ trợ thông tin, dự báo thị trường, xúc tiến thương mại, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm...

Miến dong Bắc Kạn:

Từ năm 2012 đến nay, sản phẩm miến dong Bắc Kạn nhiều lần được vinh danh là sản phẩm công nghiệp nông thôn tiêu biểu khu vực miền Bắc cũng như trên phạm vi toàn quốc.

Gạo bao thai Chợ Đồn, gạo Khẩu nua léch Ngân Sơn cũng là những sản phẩm bước đầu tạo dựng được uy tín cho người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh.

Để phát huy giá trị thương hiệu các sản phẩm tiêu biểu được công nhận, tỉnh đã triển khai nhiều hoạt động xúc tiến thương mại quảng bá, hỗ trợ các doanh nghiệp tham gia trực tiếp các hội chợ, triển lãm ở các tỉnh bạn để giới thiệu sản phẩm, tiếp cận thị trường ngoài tỉnh. Qua đó nhiều sản phẩm như: Miến dong, chè Thiên Phúc, quýt Quang Thuận, bún khô Phủ Thông đã được một số siêu thị lớn (Big C, Hapro, Coopmart) ký kết hợp đồng nguyên tắc bao tiêu sản phẩm.

Gạo bao thai Chợ Đồn:

Chợ Đồn là huyện vùng núi nằm ở phía tây của tỉnh Bắc Kạn có điều kiện đất đai, khí hậu phù hợp với cây lúa Bao Thai. Diện tích sản xuất lúa Bao Thai toàn huyện trên 1.500 ha, năng suất khoảng 4 - 4,5 tấn/ha, sản lượng ước đạt 8.000 tấn. Giá bán gạo năm 2013 khoảng 15.000 đồng/kg. Như vậy, thu nhập từ gạo Bao Thai khoảng 120 tỷ đ/năm, mang lại hiệu quả kinh tế cao. Gạo Bao Thai Chợ Đồn có hương vị đặc trưng riêng như cơm ngậy, vị đậm... Hạt gạo có màu trắng đục, amylose dưới 20%; tỷ lệ tấm khoảng 0,8%; vật chất khô 85,99%; tinh bột 89,32%; protein 8,33%; lipid 0,87%.

Ngày 25/2/2011, Cục Sở hữu trí tuệ (Bộ Khoa học và công nghệ) đã chính thức cấp Giấy chứng nhận bảo hộ Nhãn hiệu tập thể cho sản phẩm “Gạo Bao Thai Chợ Đồn”. Nhãn hiệu tập thể do Hội nông dân huyện Chợ Đồn là chủ sở hữu; toàn huyện có 238 hộ sản xuất tại thị trấn Bằng Lũng và các xã Phương Viên, Ngọc Phái, Quảng Bạch, Đồng Lạc, Đông Viên, Rã Bản, Yên Nhuận và Bình Trung được phép sử dụng nhãn hiệu tập thể. Đây là cơ sở quan trọng, góp phần khẳng định thương hiệu gạo Bao Thai Chợ Đồn trên thị trường tiêu thụ, đồng thời khuyến khích người dân mở rộng và nâng cao năng suất, chất lượng gieo trồng giống lúa Bao Thai.

Cùng với công tác xúc tiến thương mại, những năm qua, UBND tỉnh Bắc Kạn luôn quan tâm hỗ trợ duy trì và phát triển các sản phẩm được bảo hộ, chỉ đạo các ngành, địa phương thực hiện thông qua các dự án, mô hình hỗ trợ nông dân sản xuất, xúc tiến thương mại, giới thiệu nông sản, xây dựng quản lý và phát triển nhãn hiệu tập thể, hỗ trợ in tem nhãn, bao bì sản phẩm... Qua quảng bá góp phần nâng cao giá trị kinh tế cho sản phẩm gạo, miến dong, cam quýt, hồng không hạt của tỉnh, thúc đẩy

sản xuất và nâng cao thu nhập cho người dân. Quan trọng hơn việc cấp văn bằng bảo hộ chính là cơ sở để địa phương thực hiện vùng quy hoạch và xây dựng vùng sản xuất hàng hóa tập trung, nâng cao năng suất, góp phần ổn định nền kinh tế địa phương.

Theo định hướng của tỉnh, phấn đấu đến năm 2020 tập trung phát triển một số loại cây trồng có thể mạnh, bao gồm: 1.000ha lúa có chất lượng, giá trị kinh tế cao; đầu tư thâm canh tăng năng suất 1.500ha cây dong riềng, phát triển diện tích trồng cam, quýt lên 3.500ha; diện tích trồng hồng không hạt đạt 1.000ha... Trong đó, một số loại cây ăn quả như hồng không hạt, cam, quýt, mơ... sẽ áp dụng sản xuất theo hướng VietGAP để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của thị trường. Cùng với đó, tập trung đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, từng bước xây dựng thương hiệu và quản lý chất lượng sản phẩm nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho nông sản hàng hóa địa phương.

Thanh long Việt Nam chính thức được nhập khẩu vào Australia

Ngày 24/8, Australia đã chính thức công bố cho phép nhập khẩu trái thanh long của Việt Nam. Như vậy, tại thời điểm hiện tại, Việt Nam là nước đầu tiên và duy nhất được cấp phép nhập khẩu thanh long tươi vào Australia.

Trước khi nhập khẩu vào Australia, doanh nghiệp cần có giấy phép hợp lệ do Bộ Nông nghiệp và Nguồn nước Australia cấp. Muốn có giấy phép, doanh nghiệp nhập khẩu cần nộp đơn xin phép nhập khẩu. Nếu xin giấy phép trên mạng, bấm “apply now” ở cuối trang web <https://bicon.agriculture.gov.au/.../ImportCondit.../Conditions...>

Thanh long phải có nguồn gốc, sản xuất và xuất khẩu từ Việt Nam phù hợp với các điều kiện và chương trình có liên quan.

Để chứng minh cho sự phù hợp với các yêu cầu này, trên giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật phải ghi rõ: “The fruit in this consignment have been produced in Vietnam in accordance with the conditions governing entry of fresh dragon fruit to Australia and in accordance with the Work Plan 'Export of Fresh Fruits from Vietnam to Australia' and inspected and found free of any pests of biosecurity concern to Australia.” (Dịch là: “trái cây trong lô hàng này được sản xuất tại Việt Nam phù hợp với các điều kiện nhập khẩu thanh long tươi vào Australia và phù hợp với Chương trình ‘Xuất khẩu trái cây tươi của Việt Nam vào Australia’ và đã được kiểm dịch và không có bất kỳ loại côn trùng nào trong diện kiểm soát an toàn sinh học của Australia”).

Bên cạnh đó, giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật gốc phải đi kèm với mỗi lô hàng và phải được hoàn thành một cách chính xác, xem thông tin trên trang web của Tổ chức Bảo vệ Thực vật Quốc tế (IPPC) tại địa chỉ <https://www.ippc.int>.

Cam - Bưởi Bắc Tân Uyên được cấp giấy Chứng nhận Nhãn hiệu

Lễ công bố, đón nhận văn bằng bảo hộ Nhãn hiệu tập thể cho 2 loại quả cam và bưởi của huyện Bắc Tân Uyên, Bình Dương đã được diễn ra trang trọng. Tham dự buổi lễ có ông Trần Văn Nam - Ủy viên Trung ương Đảng, Bí thư Tỉnh ủy, Trưởng đoàn đại biểu Quốc hội tỉnh; ông Lê Hữu Phước, Ủy viên Thường vụ, Trưởng ban Tuyên giáo Tỉnh ủy; ông Huỳnh Thành Long, Ủy viên Thường vụ Tỉnh ủy, Phó Chủ tịch HĐND tỉnh; ông Đặng Minh Hưng - Phó Chủ tịch UBND tỉnh; ông Phạm Xuân Đà - Cục trưởng Cục công tác phía Nam, Bộ Khoa học và Công nghệ cùng lãnh đạo các sở, ban, ngành và các huyện, thị xã, thành phố trong tỉnh.

Cụ thể, nhãn hiệu “Cam Bắc Tân Uyên” và “Bưởi Bắc Tân Uyên” được Cục Sở hữu trí tuệ cấp giấy chứng nhận đăng ký triển khai dự án “Xây dựng, quản lý và phát triển Nhãn hiệu tập thể cam, bưởi Bắc Tân Uyên cho các loại trái cam, bưởi trên địa bàn huyện Bắc Tân Uyên”.

Trong những năm gần đây, huyện Bắc Tân Uyên đã hình thành những vùng trồng cây ăn trái có múi đem lại năng suất, hiệu quả kinh tế cao. Đến nay, toàn huyện có khoảng 2.000 ha cây ăn trái có múi, tập trung chủ yếu tại 6 xã: Đất Cuốc, Tân Mỹ, Thường Tân, Lạc An, Tân Định và Hiếu Liêm, trong đó có 67 ha cây ăn trái có múi được trồng theo mô hình đạt tiêu chuẩn VietGAP. Các vườn trái cây đã vào thời kỳ cho trái ổn định. Năng suất các loại cây ăn trái có múi bình quân đạt 36,4 tấn/ha/năm; mang lại thu nhập từ 600 triệu đến khoảng 1 tỷ đồng/ha.

Để tăng giá trị sản xuất nông nghiệp, tăng thu nhập cho các hộ nông dân, huyện Bắc Tân Uyên đã và đang khuyến khích nông dân trồng cây ăn trái theo tiêu chuẩn VietGAP. Tiếp sức cho nông dân làm giàu, UBND tỉnh cũng đã vào cuộc với nhiều chương trình hỗ trợ và khuyến khích được triển khai như: Dự án xây dựng mô hình ứng dụng tiến bộ kỹ thuật thâm canh cây bưởi theo hướng VietGAP; dự án hỗ trợ sản xuất phát triển vùng cây ăn quả có múi; dự án hỗ trợ trồng trọt thực hiện VietGAP trên địa bàn huyện Bắc Tân Uyên... Thông qua các dự án này, tỉnh hỗ trợ nông dân về kỹ thuật, giống cây trồng, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật. Nhờ vậy, nhiều vườn cam, quýt, bưởi theo hướng VietGAP của nông dân trên địa bàn huyện Bắc Tân Uyên phát triển tốt, tăng nhanh về diện tích.

Mục tiêu cụ thể đến năm 2020 của huyện Bắc Tân Uyên là giá trị sản xuất bình quân trên 1 ha đất trồng cây có múi đạt 800 triệu đồng/năm; có từ 300 - 500 ha diện tích cây ăn trái có múi được chứng nhận VietGAP. Huyện Bắc Tân Uyên phấn đấu trở thành huyện đạt chuẩn nông thôn mới theo quy định và thu nhập bình quân đầu người đạt 60 triệu đồng/năm.

Việt Nam sẽ xuất khẩu một loạt mặt hàng nông, thủy sản sang Mông Cổ

Một trong những nội dung quan trọng giữa Việt Nam và Mông Cổ tại Kỳ họp lần thứ 16 Ủy ban liên Chính phủ Việt Nam – Mông Cổ tổ chức tại U-lan-ba-to, Mông Cổ từ ngày 7 đến 10/8/2017 là 2 bên sẽ thúc đẩy, tăng cường xuất khẩu nhiều mặt hàng nông, thủy sản, chăn nuôi qua lại lẫn nhau.

Sau khi rà soát những hoạt động hợp tác trong thời gian qua (giữa hai Kỳ họp), hai bên đã thống nhất định hướng hợp tác và thảo luận các biện pháp nâng cao hơn nữa hiệu quả hợp tác, đưa các hợp tác đi vào thực chất, đáp ứng yêu cầu của Chính phủ 2 nước.

Trong thời gian tới, hai bên sẽ hợp tác chặt chẽ, đưa ra những biện pháp cụ thể, có tính khả thi để thúc đẩy thương mại và đầu tư song phương, đồng thời khuyến khích sự hợp tác phát triển của cộng đồng doanh nghiệp hai nước, tăng cường xuất khẩu sang thị trường của nhau những mặt hàng có thể mạnh và bổ trợ cho nhau.

Việt Nam tiếp tục thúc đẩy xuất khẩu sang Mông Cổ các mặt hàng nông thủy sản, thực phẩm chế biến như: gạo, chè, cà phê, bánh kẹo, quả tươi (thanh long, nhãn, sầu riêng, măng cụt, vải, xoài, chanh leo, dứa, chuối...), quả chế biến, nước trái cây đóng hộp, thịt lợn, thịt gà, trứng gia cầm, thuốc thú y, vắc-xin, mật ong, thủy sản, các loại đồ uống, hàng tiêu dùng, hàng dệt may, máy móc, thiết bị dân dụng.

Hai bên nhất trí xây dựng cơ chế đối thoại chính sách, trao đổi thông tin và duy trì các hoạt động giao thương kết nối doanh nghiệp hai nước.

Phía Mông Cổ sẽ thông tin cho Việt Nam về những cơ hội, quy định, thủ tục và ưu đãi khi đầu tư vào Mông Cổ; Phía Việt Nam chia sẻ kinh nghiệm, bài học trong quá trình đổi mới, phát triển kinh tế thị trường, hội nhập quốc tế, kinh nghiệm phát triển khu công nghiệp. Hai bên nhất trí khuyến khích và tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp hai nước tham gia các hội chợ triển lãm chuyên ngành, chương trình xúc tiến thương mại, đầu tư và chia sẻ kiến thức, kỹ năng hoạt động doanh nghiệp.

Mời tham dự Triển lãm quốc tế về đánh bắt và nuôi trồng thủy sản tại Algeria

Triển lãm quốc tế về đánh bắt và nuôi trồng thủy sản lần thứ 7 (SIPA 2017) sẽ được Phòng Đánh bắt và Nuôi trồng thủy sản Algeria tổ chức từ ngày 9 đến 12 tháng 11 năm 2017 tại thành phố Oran, dưới sự bảo trợ tối cao của Tổng thống Abdelaziz Bouteffika và Bộ Nông nghiệp, Phát triển Nông thôn và Đánh bắt thủy hải sản Algeria.

Việc tổ chức Triển lãm quốc tế năm nay là sự tiếp tục những nỗ lực nhằm xAustralia tiến đầu tư dựa trên hoạt động huy động vốn và các sáng kiến cần thiết để phục hồi đầu tư, nhất là trong lĩnh vực đánh bắt và nuôi trồng thủy hải sản, đồng thời đồng hành với các nhà đầu tư để giúp họ cụ thể hóa các dự án.

Doanh nghiệp Việt Nam quan tâm có thể liên hệ trực tiếp với Phòng Đánh bắt và Nuôi trồng thủy hải sản Algeria theo địa chỉ sau :

Chambre Algérienne de la Pêche et de l'Aquaculture

Tél: +213(0)21 433 942 ; Fax : +213(0)23 21 65 43.

Website: www.sipaalgeria.com;

Email : exosant@sipaalgeria.com/algeriasipa@gmail.com

Facebook : SIPA-Algérie

Hoặc Thương vụ Việt Nam tại Algeria theo địa chỉ :

Adresse: 14 rue G les Crêtes, Hydra, Alger, Algérie

Tel fixe: + 213 (0) 23485193

Fax: + 213 (0) 023485200

Mobile: + 213 (0) 559502658

Email: Dz@moit.gov.vn; Nhuanhd@moit.gov.vn

Thương vụ Việt Nam tại An-giê-ri (Kiêm nhiệm Ma-li, Xê-nê-gan, Xa-ra-uy, Ni-giê, Găm-bi-a)

Doanh nghiệp Hungary tìm đối tác nhập khẩu lúa mì

Doanh nghiệp Hungary có nhu cầu bán lúa mì và nhập khẩu khí thiên nhiên hóa lỏng (PNG gas), hiện đang tìm đối tác của Việt Nam.

Doanh nghiệp Việt Nam quan tâm đề nghị liên hệ trực tiếp với đối tác Hungary qua địa chỉ sau:

J-Hesmón Bt.

Địa chỉ: H-9030 Győr, Fenyőszér utca 22.

Người liên lạc: Mr. György Józsa

Mobile: +36709428044

Email: jozsa.gyorgy@upcmail.hu

THÔNG TIN CHÍNH SÁCH- ĐẦU TƯ

Dự thảo sửa đổi Biểu thuế xuất khẩu, nhập khẩu

Bộ Tài chính đang dự thảo Nghị định ban hành Biểu thuế xuất khẩu, Biểu thuế nhập khẩu ưu đãi, Danh mục hàng hóa và mức thuế tuyệt đối, thuế hỗn hợp, thuế nhập khẩu ngoài hạn ngạch thuế quan.

Bộ Tài chính cho biết, về Biểu thuế xuất khẩu: Dự thảo đề xuất sửa đổi thuế suất, mô tả hàng hóa, tiêu chí kỹ thuật của 9 nhóm mặt hàng.

Cụ thể, có 02 nhóm mặt hàng tăng thuế suất: Mặt hàng gỗ tròn thuộc nhóm 44.03 tăng từ 10% lên 25%; mặt hàng gỗ đã cưa hoặc xẻ thuộc nhóm 44.07 từ mức 10%, 20% lên mức 25%.

Có 05 nhóm mặt hàng giảm thuế suất: Mặt hàng nhôm dạng thanh, que, hình thuộc nhóm 76.04 từ 7% xuống 5%; mặt hàng nhôm chưa gia công, dạng thời, mã hàng 7601.10.00.10, 7601.20.00.10 từ 10% xuống 5%; tinh quặng sắt đã qua chế biến (có tiêu chí kỹ thuật cụ thể) giảm từ 40% xuống 20%; xỉ thuộc nhóm 26.18, 26.19, 26.20 từ 10% xuống 5%; đồng dạng thanh, que, hình thuộc nhóm 74.07 từ 10% xuống 5%.

02 nhóm mặt hàng nhôm và dây nhôm giữ nguyên thuế suất. 01 nhóm mặt hàng than gỗ rừng trồng sửa đổi mô tả hàng hóa và giữ nguyên tiêu chí kỹ thuật. 01 nhóm mặt hàng Bột oxit silic mịn và siêu mịn bổ sung tiêu chí kỹ thuật.

Về tác động thu thuế xuất khẩu, theo tính toán của Bộ Tài chính trên cơ sở kim ngạch xuất khẩu có thuế năm 2016, tác động tăng thu thuế xuất khẩu là khoảng 222 tỷ đồng.

Về Biểu thuế nhập khẩu: Dự thảo đề xuất sửa đổi thuế suất, tiêu chí kỹ thuật của 32 nhóm mặt hàng theo yêu cầu của Chính phủ, kiến nghị của Bộ ngành, Hiệp hội, doanh nghiệp và cơ quan hải quan gồm 17 mặt hàng dự kiến điều chỉnh tăng thuế suất; 13 mặt hàng dự kiến điều chỉnh giảm thuế suất; 02 kiến nghị về việc bổ sung hướng dẫn chú giải cuối chương; 12 mặt hàng giữ nguyên mức thuế suất.

Tại Chương 98 của Biểu thuế nhập khẩu, bổ sung thêm 04 nhóm vào Chương 98. Theo đó, Chương 98 gồm 38 nhóm mặt hàng (giảm 02 nhóm mặt hàng so với quy định tại Nghị định 122/2016/NĐ-CP).

Về tác động thu thuế nhập khẩu, theo Bộ Tài chính, trên cơ sở kim ngạch nhập khẩu có thuế năm 2016, tác động tăng thu thuế nhập khẩu là 762 tỷ đồng.

Tổng chung tác động sau khi sửa đổi Biểu thuế xuất khẩu, Biểu thuế nhập khẩu là tăng thu khoảng 984 tỷ đồng.

Bộ Tài chính đang lấy ý kiến góp ý của nhân dân đối với dự thảo này tại Cổng Thông tin điện tử của Bộ.

Cần chủ động thích ứng với quy định mới về xuất nhập khẩu tại thị trường Mỹ

Ngày 26/8/2017, Văn phòng Chính phủ có Công văn số 9094/VPCP-KTTH truyền đạt ý kiến của Thủ tướng Chính phủ về thông tin phản ánh về thay đổi chính sách nhập khẩu của Mỹ.

Công văn cho biết, tại văn bản điểm một số tin kinh tế-xã hội ngày 22/8/2017 phản ánh nội dung, trong 7 tháng qua, Cơ quan Thực phẩm và Dược phẩm Mỹ (FDA) đã có 32 lệnh cảnh báo đối với doanh nghiệp Việt Nam có hàng hóa xuất khẩu vào Mỹ, do doanh nghiệp không nắm bắt kịp thời, chưa thích ứng được với thay đổi chính sách nhập khẩu của Mỹ. Hàng loạt doanh nghiệp đang xuất khẩu hàng hóa vào Mỹ đã bị loại khỏi thị trường do không kịp thời đáp ứng những quy định mới.

Về nội dung này, Thủ tướng Chính phủ giao Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn thường xuyên tìm hiểu, nắm bắt những thay đổi trong chính sách, quy định nhập khẩu của Mỹ và tăng cường công tác thông tin, tuyên truyền, phổ biến đầy đủ, kịp thời đến các cơ quan, hiệp hội, doanh nghiệp liên quan để có biện pháp ứng phó hiệu quả, giảm thiểu thiệt hại đối với doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam.

Theo quy định mới trong Luật Hiện đại hóa an toàn thực phẩm, tất cả các nhà máy đăng ký phải gia hạn đăng ký sau mỗi hai năm, bắt đầu từ năm 2016, trong khoảng thời gian từ ngày 1/10 đến 31/12. Trong tháng 12/2016, có 1.845 nhà máy thực phẩm ở Việt Nam đăng ký với FDA để xuất khẩu vào thị trường Mỹ, nhưng trong tháng 1/2017 con số này chỉ còn 806 nhà máy.

Lý giải nguyên nhân dẫn đến kết quả trên, ông Mark Gillin, Phó Chủ tịch AmCham Vietnam cho hay, do có hơn 1.000 công ty Việt Nam không biết quy định mới này, đã không gia hạn đăng ký, nên rớt khỏi danh sách và hiện nay họ không thể xuất khẩu hàng vào Mỹ.

Song song đó, doanh nghiệp Việt Nam cũng "lúng túng" khi nắm bắt kịp thời những thay đổi về tiêu chuẩn hàng hóa do FDA cập nhật.

Một số nghiên cứu, khảo sát của Hội Doanh nghiệp hàng Việt Nam chất lượng cao, cho thấy hàng hóa Việt Nam xuất khẩu sang Mỹ liên tục gặp rào cản, mặc dù các đơn vị sản xuất kinh doanh tại Việt Nam đã áp dụng tuân thủ Luật hiện đại hóa an toàn về vệ sinh thực phẩm của FDA, nhưng trên thực tế vẫn chưa bắt kịp hết những quy định mới này. Do đó, ngày càng nhiều doanh nghiệp vướng Luật này và nằm trong danh sách cảnh báo của Mỹ.

Doanh nghiệp Việt Nam nên chú trọng đẩy mạnh những tiêu chuẩn, quy định liên quan đến chất lượng thực phẩm, an toàn thực phẩm, giá trị dinh dưỡng và phát triển bền vững. Trong đó, cần có các chính sách rõ ràng để thúc đẩy an toàn thực phẩm, thực hành tốt về chăn nuôi, kiểm soát chặt điều kiện vệ sinh và môi trường chăn nuôi. Đồng thời, có các quy định nghiêm ngặt về sử dụng thuốc trong chăn nuôi, chăm sóc vật nuôi theo tiêu chuẩn quốc tế, học hỏi phương pháp chăn nuôi từ thị trường thành công nếu làm được những điều này sẽ không chỉ giúp mở cửa thị trường thực phẩm Mỹ mà còn tạo điều kiện cho các sản phẩm thực phẩm sản xuất tại Việt Nam tiếp cận được nhiều thị trường xuất khẩu lớn và đa dạng khác.

TIN VĂN

✓ **Mỹ đánh giá các tiêu chuẩn thực phẩm của Campuchia**

Mỹ, một trong những đối tác thương mại của Campuchia, đang chuẩn bị đánh giá các tiêu chuẩn vệ sinh và dịch tễ tại Campuchia, mở ra cơ hội cho các sản phẩm nông sản Campuchia có thể xuất khẩu sang thị trường Mỹ. Các tiêu chuẩn vệ sinh dịch tễ là một trong các chủ đề thảo luận giữa các phái đoàn Campuchia và các đại diện thương mại của Mỹ về các hành động chiến lược nhằm mở rộng và tăng cường thương mại – đầu tư theo Thỏa thuận Khung Thương mại và Đầu tư Mỹ – Campuchia. Mỹ sẽ cung cấp hỗ trợ kỹ thuật về an toàn thực phẩm và bảo vệ người tiêu dùng cho Campuchia nhằm xây dựng niềm tin của người tiêu dùng.

✓ **Indonesia tìm cách tiếp cận các thị trường trứng và thịt bò wagyu tại Việt Nam**

Indonesia và Việt Nam đã đồng thuận tăng cường mối quan hệ song phương với mục tiêu thúc đẩy các hoạt động thương mại ở cấp ASEAN. “Chiến lược của chúng tôi là tăng cường vị thế của Việt Nam trở thành chuỗi cung ứng chính trong khu vực ASEAN của Indonesia. Chiến lược này có tính thực tế hơn cho Indonesia thay vì cạnh tranh trực tiếp với Việt Nam”, theo Enggartiasto Lukita, Bộ trưởng Thương mại của Indonesia phát biểu trước báo giới. Đối với các sản phẩm nông sản, ông Lukita cho biết Indonesia đang tìm cách tiếp cận thị trường trứng và thịt bò wagyu tại Việt Nam. Ông cho biết thêm Việt Nam là thị trường lớn thứ 3 ASEAN – sau Indonesia và Philippines – với 93,3 triệu dân.

✓ **Phú Yên ứng dụng công nghệ cao trong nuôi tôm**

Tỉnh ven biển Việt Nam Phú Yên sẽ sử dụng mô hình nuôi tôm công nghệ cao để đạt mức doanh thu mục tiêu đến năm 2025 đạt 100 triệu USD. Tỉnh Phú Yên đã đặt ra ngân sách 2,4 triệu USD để quy hoạch vùng nuôi, cải thiện cơ sở hạ tầng, sản xuất con giống, kiểm tra môi trường và dịch bệnh cũng như chuyển giao công nghệ và thúc đẩy thương mại – đầu tư. Sản xuất sẽ được tái cấu trúc để tạo ra một vùng sản xuất chuyên canh quy mô lớn. Tỉnh Phú Yên sẽ liên kết các nhà cung ứng tôm địa phương với thị trường. Đến năm 2020, Phú Yên sẽ giảm tổng diện tích mặt nước nuôi tôm xuống 1.943ha, từ mức 2.028 trong năm 2016, và tăng sản lượng tôm từ 6.760 tấn lên 9.950 trong cùng giai đoạn.

✓ **Thị trường Trung Quốc đầy triển vọng cho xuất khẩu tôm Việt Nam**

Xuất khẩu tôm Việt Nam sang Trung Quốc tăng 30% trong nửa đầu năm 2017, đạt gần 283 triệu USD, đưa thị trường này trở thành điểm đến tiềm năng để thay thế các thị trường truyền thống, vốn đang gặp nhiều khó khăn. Xuất khẩu tôm Việt Nam sang Trung Quốc phục hồi mạnh trong quý 2/2017, tăng 57,6% sau khi giảm 3,9% trong quý 1/2017. Tỷ trọng tôm nước ấm ổn định, trong khi tỷ trọng tôm nước lạnh đang trên đà tăng, buộc Việt Nam cạnh tranh với không chỉ các nhà xuất khẩu khác tại châu Á mà còn với các nhà cung cấp tôm nước lạnh từ Argentina và Canada. Tuy nhiên, nhờ Thỏa thuận thương mại tự do ASEAN – Trung Quốc, Việt Nam được hưởng ưu đãi thuế quan khi xuất khẩu tôm sang nền kinh tế lớn thứ 2 thế giới này.