

# Thị trường sản phẩm nông nghiệp

Trung tâm Thông tin Công nghiệp và Thương mại - Bộ Công Thương

Số 1 năm 2017

TRONG SỐ NÀY:

➤ <b>Tổng quan ngành</b>	<b>2</b>
➤ <b>Thông tin thị trường nội địa</b>	<b>3</b>
❖ <i>Diễn biến tình hình thị trường nông, lâm, thủy sản trong nửa đầu tháng 5/2017</i>	3
❖ <i>Sản xuất nông sản vẫn còn thiếu sự định hướng</i>	5
➤ <b>Thông tin thị trường xuất khẩu</b>	<b>7</b>
❖ <i>Xuất khẩu nông, thủy sản 4 tháng đầu năm tăng khá</i>	7
❖ <i>Xuất khẩu nông sản sang thị trường Canada còn nhiều tiềm năng tăng trưởng</i>	12
❖ <i>UAE là thị trường xuất khẩu nông sản tiềm năng của Việt Nam</i>	17
➤ <b>Thông tin xúc tiến thương mại</b>	<b>21</b>
❖ <i>Xây dựng thương hiệu "Tôm Việt Nam sạch, thân thiện với môi trường"</i>	21
❖ <i>Xây dựng thương hiệu gạo Cà Mau</i>	23
❖ <i>Nhãn lồng Hưng Yên được xây dựng chỉ dẫn địa lý</i>	24
❖ <i>Nhiều loại trái cây đặc sản ở Đồng Tháp được liên kết tiêu thụ</i>	24
❖ <i>Từ 9-12/8: Triển lãm Quốc tế Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam 2017</i>	25
➤ <b>Thông tin chính sách</b>	<b>26</b>
❖ <i>Giảm lãi suất cho vay 0,5-1,5% cho nông nghiệp công nghệ cao</i>	26
❖ <i>Tạm ngừng chứng nhận ATTP đối với các lô hàng cá da trơn không đạt yêu cầu</i>	27
➤ <b>Tin vắn</b>	<b>27</b>
➤ <b>Tin thế giới</b>	<b>28</b>
❖ <i>UAE cấm nhập rau, trái cây từ 5 quốc gia Trung Đông do dư lượng thuốc trừ sâu</i>	28
❖ <i>Sản lượng chè Ấn Độ giảm 16% trong quý 1/2017</i>	28

---

**PHÒNG THÔNG TIN XUẤT NHẬP KHẨU**

655 Phạm Văn Đồng – Bắc Từ Liêm - Hà Nội

## TỔNG QUAN NGÀNH

Trong hơn 4 tháng đầu năm 2017, vấn đề nổi bật nhất trên thị trường nông sản là do chưa quy hoạch tốt khâu sản xuất và chăn nuôi, nên đã dẫn đến dư thừa nguồn cung và thị trường phải chứng kiến những cuộc "giải cứu" một số mặt hàng nông sản, tiêu biểu như thanh long, dưa hấu hay thịt lợn. Đây là thực trạng chưa giải quyết được trong nhiều năm qua và được coi là một trong những vấn đề "nhức nhối" nhất của ngành nông nghiệp Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Bài toán tìm đầu ra cho các sản phẩm nông sản dù đã được đặt ra rất nhiều lần nhưng dường như vẫn chưa có câu trả lời chính xác. Diễn biến này phần nào cho thấy, sản xuất nông nghiệp ở nước ta đang còn bấp bênh, không ổn định và luôn bị tác động bởi nhiều yếu tố. Người nông dân vẫn phải đối mặt với tình trạng được mùa mất giá và thiếu sự định hướng trong hoạt động sản xuất, bởi việc giải cứu chỉ giúp bà con trong ngắn hạn, chỉ là giải pháp tạm thời nhằm giảm thiệt hại trước mắt cho nông dân chứ không phải giải pháp bền vững. Bên cạnh đó, trong nhiều năm qua, chúng ta vẫn phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc bởi đây là thị trường khá dễ tính, không yêu cầu, đòi hỏi cao nên thuận lợi, phù hợp với thói quen sản xuất lâu nay của nông dân Việt Nam. Tuy nhiên, phần nhiều nông sản xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc lại theo đường tiểu ngạch nên diễn ra tình trạng các thương lái Trung Quốc mua nông sản Việt Nam với giá cao trong một vài vụ mùa rồi đột ngột ngừng mua vào những vụ sau là một trong những nguyên nhân của những cuộc khủng hoảng thừa của nông sản Việt.

Câu chuyện giải cứu nông sản thời gian qua cần phải có giải pháp tổng thể, bắt đầu từ Nhà nước với việc phải định hướng nên trồng cây gì và nuôi con gì để đảm bảo được đầu ra, thay đổi quy trình sản xuất nông nghiệp cụ thể là cần đi vào chế biến sâu, nâng cao chất lượng, đặc biệt là cần có dự báo thị trường tốt hơn và quy hoạch sản xuất phù hợp... Về lâu dài cần phải nắm rõ thị trường để có định hướng đúng trong việc mở rộng diện tích nông sản xuất khẩu. Về phía người nông dân, trong khi Chính phủ cùng các bộ, ngành đang đẩy mạnh các giải pháp nhằm giải cứu nông sản thì người dân phải tự cứu mình. Ngoài việc phát triển nông nghiệp công nghệ cao thì rất cần sự liên kết giữa "4 nhà" để nâng cao năng lực sản xuất và năng lực cạnh tranh. Đồng thời, xây dựng thương hiệu nông sản Việt, kênh phân phối, chính sách quảng bá và hạn chế xuất thô qua khâu trung gian để nâng tầm hàng Việt là những cách giải cứu tối ưu nhất.

Trong lĩnh vực xuất khẩu, thống kê thực tế từ Tổng cục Hải quan cho thấy, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản trong 4 tháng đầu năm 2017 đạt 7,6 tỷ USD, tăng 11,1% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 12,2% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong đó, ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ của cao su (tăng 65% về kim ngạch xuất khẩu); rau quả (tăng 31,9%); cà phê (tăng 18,6%) ... Trong ngắn hạn, xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản tiếp tục ghi nhận tốc độ tăng trưởng khá khoảng 12-15% nhờ được hỗ trợ bởi yếu tố giá cộng với nhu cầu tiêu thụ trên thị trường thế giới khả quan hơn, bên cạnh đó theo chu kì và quy luật thông thường, xuất khẩu nông, thủy sản thời gian qua đều tăng vào giữa năm và đạt đỉnh vào thời điểm cuối năm. Tuy nhiên, một số mặt hàng vẫn tiếp tục gặp khó khăn trong việc đẩy mạnh lượng hàng xuất khẩu như cà phê, gạo hay sản do hạn chế về nguồn cung hoặc một số thị trường xuất khẩu chủ lực thay đổi cơ chế chính sách điều hành nhập khẩu.

### **Một số thông tin đáng chú ý:**

- Trong nửa đầu tháng 5/2017, giá hầu hết các mặt hàng nông, thủy sản tại thị trường trong nước biến động trái chiều so với tháng trước. Trong đó, giá gạo và cao su tiếp tục giảm trong khi cà phê, nhân điều và chè... lại tăng trở lại.
- Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam tới thị trường Canada trong 4 tháng đầu năm 2017 đạt 92,95 triệu USD, so với cùng kỳ năm ngoái tăng 6,24%. Về tỷ trọng,

kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản sang thị trường Canada chiếm 11,23% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này.

- Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản sang thị trường UAE trong 4 tháng đầu năm 2017 đạt 79 triệu USD, giảm 1,3% so với cùng kỳ năm trước. Đây là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong khu vực Trung Đông.

## THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG NỘI ĐỊA

### Diễn biến tình hình thị trường nông, lâm, thủy sản trong nửa đầu tháng 5/2017

Trong nửa đầu tháng 5/2017, giá hầu hết các mặt hàng nông, thủy sản tại thị trường trong nước biến động trái chiều so với tháng trước. Trong đó, giá gạo và cao su tiếp tục giảm trong khi cà phê, nhân điều và chè... lại tăng trở lại.

**Mặt hàng gạo:** Tính đến ngày 12/5/2017, giá gạo trong có diễn biến theo xu hướng giảm so với tháng trước do thu hoạch rộ vụ Đông Xuân khiến nguồn cung dồi dào trong khi nhu cầu cho xuất khẩu thấp. Mặc dù giá lúa giảm song Chính phủ vẫn chưa cần phải áp dụng chính sách thu mua tạm trữ lúa gạo để kích cầu bởi diện tích lúa thu hoạch đến đâu hầu như đều được tiêu thụ hết đến đó, với mức giá khá tốt và tương đối ổn định ngay từ đầu vụ.

Giá lúa khô tại kho khu vực ĐBSCL loại thường ổn định so với tuần trước, dao động từ 5.100–5.200 /kg, lúa dài khoảng 5.400 – 5.500/kg, tăng 200 đ/kg. Trong khi đó, giá gạo nguyên liệu giảm từ 150 – 200 đ/kg so với tháng trước, loại 1 làm ra gạo 5% tấm dao động từ 6.450 – 6.550 /kg tùy từng địa phương, gạo nguyên liệu làm ra gạo 25% tấm đạt 6.200 – 6.300/kg tùy chất lượng, và địa phương. Giá gạo thành phẩm cũng giảm từ 100 – 150 đ/kg, trong đó gạo thành phẩm 5% tấm không bao bì tại mạn hiện khoảng 7.300 – 7.400 /kg.

**Cao su:** Nguồn cung cao su thế giới tăng trở lại do các nhà sản xuất cao su chủ chốt tại khu vực Đông Nam Á bước vào vụ thu hoạch mới, trong khi tồn kho cao su tại Trung Quốc tiếp tục tăng cao và nhập khẩu cao su của Ấn Độ có chiều hướng giảm, dẫn đến giá cao su thế giới tiếp tục giảm. Trong nước, giá cao su trong nửa đầu tháng 5/2017 theo đó cũng giảm từ 2,5 – 3%.

**Hạt tiêu:** Giá hạt tiêu thế giới tiếp tục chuỗi giảm giá, qua đó kéo theo sự sụt giảm mạnh của giá hạt tiêu tại Việt Nam. Mặc dù xu thế giảm giá này không nằm ngoài dự đoán của giới chuyên môn, song không ai nghĩ giá hồ tiêu lại giảm quá sâu khi dự báo nhu cầu tiêu thụ hồ tiêu toàn cầu vẫn tăng.

Cụ thể, giá tiêu đen nguyên liệu tại các vùng nguyên liệu Gia Lai, Bà Rịa-Vũng Tàu, Đắk Lắk, Đồng Nai chỉ dao động quanh mức 93.000 – 95.000 đ/kg, giảm 7,8% so với tháng trước. Đây là mức giảm mạnh nhất trong 2 tháng qua, còn vùng giá tiêu thì đang ở thấp nhất 10 năm.

**Hạt điều:** Do nguồn cung hạn chế, giá thu mua hạt điều tươi tại Bình Phước, Đồng Nai tuần này đã tăng lần lượt là 2.000 đ/kg và 3.500 đ/kg so với tháng trước, hiện có mức giá tương ứng là 34.000 đ/kg và 36.500 đ/kg. Giá điều hạt thô tại Bình Phước và Đồng Nai cũng đã tăng lần lượt là 1.000 và 5.500 đ/kg so với tuần trước, lên mức 54.000 đ/kg và 45.500 đ/kg.

**Cà phê:** Giá cà phê hồi phục mạnh trở lại còn do kết quả xuất khẩu tháng gần đây của các quốc gia sản xuất chủ chốt như Braxin, Việt Nam có xu hướng giảm. Cho dù nguồn cung cà phê vẫn đáp ứng đủ nhu cầu trong ngắn hạn cũng như một số nước vào

thu hoạch vụ mùa mới nhưng không thể che lấp sự thiếu hụt cà phê của toàn cầu trong trung và dài hạn.

Tại Tây Nguyên, giá cà phê nhân xô tăng 5% (tương đương 2.100 đ/kg) so với tháng trước, đạt 44.300 đ/kg.

**Giá chè:** Tại Thái Nguyên, giá chè nguyên liệu có sự điều chỉnh giảm nhẹ sau khi ổn định một thời gian dài sau Tết. Cụ thể, giá chè cành chất lượng cao giảm 5.000 đ/kg xuống còn 185.000 đ/kg, chè xanh búp khô và chè xanh búp khô (đã sơ chế loại 1) cũng giảm 5.000 đ/kg xuống lần lượt ở mức 135.000 đ/kg và 100.000 đ/kg. Hiện chè búp tươi sản xuất chè xanh trong dân không còn nhiều nên dân không bán ra mà chỉ để tự chế biến.

Trong khi đó, tại Bảo Lộc (Lâm Đồng), giá chè nguyên liệu tuần này nhích nhẹ. Cụ thể, giá chè nguyên liệu (búp tươi) sản xuất chè xanh và chè đen (loại 1) tăng 1.000 đ/kg lên 9.000 đ/kg và 5.000 đ/kg, tương ứng. Hiện đã cuối vụ thu hoạch nên giá chè búp tươi tăng giá.

**Hàng thủy sản:** Giá thủy, hải sản trong nước đến giữa tháng 5/2017 vẫn ổn định so với cuối tháng 4/2017.

Mặc dù giá cá tra giống còn ở mức cao, nhưng người nuôi cá vẫn không ngần ngại đầu tư, mở rộng diện tích thả nuôi mới. Tuy nhiên, theo khuyến cáo của các chuyên gia ngành thủy sản, việc mở rộng diện tích nuôi mới cá tra ở ạt sẽ mang đến nhiều rủi ro lớn do nguồn cung vượt cầu sẽ làm cho giá cá nguyên liệu giảm trở lại, nguy cơ thua lỗ của người nuôi tăng cao giống như tình hình các năm qua.

**Theo chu kỳ, thông thường kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản đều giảm vào đầu năm, tăng vào giữa năm và đạt đỉnh vào cuối năm. Việc nguồn cung một số mặt hàng như gạo, cao su, tiêu... có chiều hướng tăng sẽ gây sức ép giảm giá đối với các mặt hàng này trong thời gian tới. Tuy nhiên, giá thủy sản, cà phê, hạt điều dự báo sẽ tiếp tục tăng do nhu cầu thế giới ở mức cao, trong khi nguồn cung toàn cầu cũng như tại thị trường nội địa Việt Nam khá eo hẹp.**

**Tham khảo giá nông, thủy sản tại thị trường trong nước đến ngày 12/5/2017**

(ĐVT: 1.000 đ/kg)

Tên hàng	12/5/2017	So với cuối tháng 4/2017 (%)	So với cuối tháng 12/2016 (%)
Lúa khô loại thường (kg)	5.200	0,0	0,0
Lúa khô loại dài (kg)	5.500	3,8	1,9
Gạo nguyên liệu loại 1 làm ra gạo 5% tấm (kg)	6.550	-2,2	-2,2
Gạo nguyên liệu loại 1 làm ra gạo 25% tấm (kg)	6.300	-3,1	-3,1
Giá gạo thành phẩm 5% tấm (kg)	7.400	-2,0	1,4
Giá gạo thành phẩm 15% tấm (kg)	7.200	-2,0	1,4
Giá gạo thành phẩm 25% tấm (kg)	7.050	-1,4	0,7
Giá chào bán gạo trắng 5% tấm (USD)	350	-1,4	2,9
Giá chào bán gạo trắng 25% tấm (USD)	335	-2,0	1,5
Cà phê nhân xô tại Tây Nguyên (kg)	44.300	5,0	0,9
Giá cà phê Robusta xuất khẩu tại cảng TP Hồ Chí Minh (USD)	1.935	6,6	-2,1
Chè xanh Thái Nguyên búp khô (kg)	100.000	-4,8	0,0
Chè cành Thái Nguyên chất lượng cao (kg)	185.000	-2,6	0,0
Chè xanh Thái Nguyên búp khô (loại 1) (kg)	135.000	-3,6	0,0
Chè xanh nguyên liệu loại 1 tại Lâm Đồng (kg)	9.000	12,5	28,6

Chè đen nguyên liệu loại 1 tại Lâm Đồng (kg)	4.000	25,0	42,9
Giá nhân điều tại Bình Phước (kg)	36.500	10,6	-32,4
Tiêu đen Tây Nguyên và Nam Bộ (kg)	95.000	-7,8	-30,7
Mủ chén, dây khô (kg)	12.600	-2,3	
Mủ chén ướt (kg)	8.800	-2,2	
Mủ đông khô (kg)	11.500	-2,5	
SVR CV (VNĐ/kg)	46.884	-6,4	-6,7
SVR 10 (VNĐ/kg)	32.776	-2,8	-23,6
SVR 20 (VSD/kg)	32.688	-2,7	-23,6
Cá tra thịt trắng loại 1 tại Đồng Tháp	28.000	0,0	14,3
Cá tra thịt trắng loại 2 tại Đồng Tháp	26.500	0,0	17,8
Tôm càng xanh (100 con/kg) Đồng Tháp	240.000	0,0	0,0

## **Sản xuất nông sản vẫn còn thiếu sự định hướng**

Từ cuối năm 2016, đầu năm 2017 đến nay, thị trường các sản phẩm nông nghiệp trong nước đã chứng kiến nhiều cuộc giải cứu một số sản phẩm nông sản như thanh long, dưa hấu, hành tím... và gần đây nhất là cuộc giải cứu thịt lợn. Đây là thực trạng đáng buồn chưa thể giải quyết trong nhiều năm qua và được coi là một trong những vấn đề “nhức nhối” nhất của ngành nông nghiệp Việt Nam trong giai đoạn hiện nay. Bài toán tìm đầu ra cho các sản phẩm nông sản dù đã được đặt ra rất nhiều lần nhưng dường như vẫn chưa có câu trả lời chính xác.

### **Giá lợn hơi giảm kỷ lục**

Theo đó, nhằm đón đầu nhu cầu thu mua lợn hơi phục vụ cho Tết cổ truyền của Trung Quốc vào dịp cuối năm, người chăn nuôi trong nước đã tăng cường chăn nuôi lợn mỡ để xuất khẩu. Có thời điểm phía Trung Quốc tăng mạnh, giá lợn mỡ còn cao hơn lợn siêu nạc trong nước. Tuy nhiên cận Tết Nguyên đán 2017, giá lợn bất ngờ lao dốc. Cụ thể, vào thời điểm cận Tết (giữa tháng 1), giá lợn hơi tại Đồng Nai đã ở dưới giá thành 26.000-30.000 đồng/kg.

Trong tháng 3/2017, giá thu mua lợn hơi tại Đồng Nai, An Giang, Vĩnh Long đã giảm 2.000-3.000 đồng/kg so với thời điểm cận và sau Tết và tiếp tục giảm xuống mức thấp trong tháng 4. Đến cuối tháng 4 vừa qua, Chính phủ đã có cuộc họp khẩn với một số bộ, ngành để tìm giải pháp tháo gỡ khó khăn cho người chăn nuôi heo. Với nguồn cung hiện khoảng 3,755 triệu tấn thịt, cả nước đang thừa 200.000 tấn thịt heo. Sau cuộc họp, hàng loạt bộ, ngành, đơn vị, các tổ chức xã hội... trong cả nước thực hiện “giải cứu” đàn heo. Sau nhiều ngày “giải cứu”, giá heo hơi đã tăng trở lại, tại Đồng Nai cho đến tuần đầu tháng 5, giá heo hơi đã tăng 2.000 - 4.000 đồng/kg so với cuối tháng trước, ở mức khoảng 24.000-26.000 đồng/kg. Sự kiện giải cứu đàn heo tuy mang lại hiệu quả ngay trong bối cảnh hiện nay, nhưng cho thấy sự bất cập trong phát triển nóng của ngành chăn nuôi và sự bấp bênh của nông sản Việt.

### **Giá chuối lao dốc**

Trước đó, thời điểm giữa năm 2016, cũng ảnh hưởng bởi các thương lái Trung Quốc, giá chuối xuất khẩu ở Đồng Nai cũng có thời điểm lao dốc khi bất ngờ giảm mạnh. Nguyên nhân được cho là lượng hàng xuất sang Trung Quốc giảm mạnh do thị trường này ngừng mua. Trong khi đó, những sản phẩm đạt chất lượng để xuất khẩu sang một số nước lớn như Nhật Bản, Dubai lại không có nhiều.

Cùng với đó, giá chuỗi thời điểm đầu năm 2016 do thiếu hụt nên được đẩy lên cao, sang đến quý II, Trung Quốc cũng bước vào vụ thu hoạch nên lượng nhập khẩu từ Việt Nam giảm mạnh là nguyên nhân dẫn đến giá mặt hàng này lao dốc.

#### **Dưa hấu tiếp tục “được mùa mất giá”**

Thời gian gần đây, do thương lái Trung Quốc ngừng mua nên giá dưa hấu cũng bắt ngờ giảm mạnh khi chỉ còn khoảng 1.000 đồng/kg. Giá rẻ cộng thêm việc không có người mua khiến nhiều người nông dân trồng ra nhưng không muốn thu hoạch.

Cùng với giá dưa hấu, giá ớt cũng giảm giá mạnh khiến nông dân đứng ngồi không yên. Trước đó, thanh long, hành tím... cũng trở thành sản phẩm phải nhận sự “giải cứu” của cả nước.

Những vấn đề nêu trên cho thấy, sản xuất nông nghiệp ở nước ta đang còn bấp bênh, không ổn định và luôn bị tác động bởi nhiều yếu tố. Người nông dân vẫn phải đối mặt với tình trạng được mùa mất giá và sau mỗi một đợt giải cứu câu hỏi được người nông dân hỏi nhiều nhất là sẽ tiếp tục “trồng cây gì, nuôi con gì, bán cho ai” để không phải rơi vào tình trạng giải cứu nữa. Bởi việc giải cứu chỉ giúp bà con trong ngắn hạn, chỉ là giải pháp tạm thời nhằm giảm thiệt hại trước mắt cho nông dân, chứ không phải giải pháp bền vững. Điều này cho thấy rõ ràng người nông dân đang hoàn toàn thụ động trong việc tiêu thụ nông sản, vẫn trồng và nuôi theo tâm lý mạnh ai nấy làm.

Bên cạnh đó, trong nhiều năm qua, chúng ta vẫn phụ thuộc quá lớn vào thị trường Trung Quốc bởi đây là thị trường khá dễ tính, không yêu cầu, đòi hỏi cao nên thuận lợi, phù hợp với thói quen sản xuất lâu nay của nông dân Việt Nam. Tuy nhiên, phần nhiều nông sản xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc lại theo đường tiểu ngạch nên diễn ra tình trạng các thương lái Trung Quốc mua nông sản Việt Nam với giá cao trong một vài vụ mùa, rồi đột ngột ngừng mua vào những vụ sau là một trong những nguyên nhân của những cuộc khủng hoảng thừa của nông sản Việt.

Vì vậy, trong khi Chính phủ cùng các bộ, ngành đang ra tay giải cứu thì người dân phải tự cứu mình. Ngoài việc phát triển nông nghiệp công nghệ cao thì rất cần sự liên kết giữa “4 nhà” để nâng cao năng lực sản xuất và năng lực cạnh tranh. Đồng thời, xây dựng thương hiệu nông sản Việt, kênh phân phối, chính sách quảng bá và hạn chế xuất thô qua khâu trung gian để nâng tầm hàng Việt là những cách giải cứu tối ưu nhất.

Tại thị trường trong nước, từ những cuộc giải cứu nông sản vừa qua, có thể nhận thấy sức tiêu thụ trên thị trường nội địa vẫn rất lớn nếu có kế hoạch tiêu thụ hợp.

Một trong những giải pháp đối với ngành nông sản hiện nay là tổ chức sản xuất theo mô hình hợp tác xã, công ty liên doanh, xây dựng mô hình liên kết... Chỉ khi nào tổ chức được sản xuất nông nghiệp theo quy mô công nghiệp thì mới giải quyết được tình trạng sản xuất manh mún, nhỏ lẻ, nhưng lại ồ ạt chạy theo thị trường như hiện nay.

Câu chuyện giải cứu nông sản thời gian qua cần phải có giải pháp tổng thể, bắt đầu từ Nhà nước với việc phải định hướng nên trồng cây gì và nuôi con gì để đảm bảo được đầu ra, thay đổi quy trình sản xuất nông nghiệp. Cụ thể là cần đi vào chế biến sâu, nâng cao chất lượng, đặc biệt là cần có dự báo thị trường tốt hơn và quy hoạch sản xuất phù hợp... Về lâu dài cần phải nắm rõ thị trường để có định hướng đúng trong việc mở rộng diện tích nông sản xuất khẩu. Các nhà quản lý cũng cần tìm kiếm và mở rộng thị trường tiêu thụ, giúp người dân tránh phụ thuộc vào một thị trường duy nhất.

Bên cạnh đó, phải thay đổi quy trình sản xuất nông nghiệp từ khâu dự báo thị trường, quy hoạch đến sản xuất mới giải quyết được tình trạng dư thừa nông sản, phải tổ

chức phát triển các hợp tác xã, tổ hợp tác trong sản xuất nông nghiệp tại các vùng nguyên liệu được quy hoạch. Cần có sự liên kết giữa các hộ nông dân, trang trại nhỏ lẻ thành hợp tác xã mới giải quyết được bài toán sản xuất manh mún, mới có thể đưa công nghệ sản xuất hiện đại, ký kết hợp tác doanh nghiệp chế biến, bán lẻ, xuất khẩu.

Cuối năm 2016, Bộ Công Thương và Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn đã thống nhất ký kết Bản ghi nhớ về tăng cường phối hợp công tác giữa hai Bộ để thúc đẩy sản xuất, tiêu thụ nông, lâm, thủy sản giai đoạn 2016 – 2020. Nhằm triển khai thực hiện Bản ghi nhớ giữa hai Bộ, vừa qua Bộ Công Thương đã xây dựng Kế hoạch thực hiện Bản ghi nhớ về tăng cường phối hợp công tác giữa hai Bộ trong 6 tháng đầu năm 2017, theo đó các nhiệm vụ, giải pháp cần tập trung triển khai đã *bám sát theo 3 nhóm vấn đề chính* trong chuỗi liên kết sản xuất, chế biến và xuất khẩu nông, lâm, thủy sản là đảm bảo nguồn hàng - phát triển thị trường - tổ chức xuất khẩu.

Đối với các giải pháp về phát triển sản xuất nông nghiệp và quản lý chất lượng sản phẩm, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tập trung triển khai các nhiệm vụ cụ thể là:

- Về lĩnh vực quy hoạch sản xuất:

+ Rà soát và triển khai thực hiện hiệu quả các Đề án tái cơ cấu của từng ngành trong khuôn khổ Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững; đặc biệt nhằm giảm giá thành sản xuất.

+ Tổ chức lại sản xuất một số mặt hàng chủ lực như lúa, gạo, trái cây, thủy sản... theo hướng gia tăng các sản phẩm chất lượng cao, đáp ứng được yêu cầu về vệ sinh an toàn thực phẩm và chất lượng của các thị trường cao cấp.

+ Tiến hành đánh giá ảnh hưởng của hiện tượng thời tiết bất thường như hiện tượng El Nino, xâm ngập mặn, hạn hán sâu để có biện pháp cải tiến giống phù hợp, cân đối nguồn cung phục vụ xuất khẩu...

+ Nghiên cứu, tổ chức các mô hình liên kết giữa người trồng rừng với người chế biến gỗ, giữa người cung ứng nguyên liệu với người trồng rừng và chế biến, giữa người chế biến với người chế biến để giải quyết bài toán thiếu nguyên liệu hiện nay; sớm hình thành các Trung tâm giao dịch gỗ nguyên liệu trong nước để hạn chế dần gỗ nguyên liệu nhập khẩu.

- Về lĩnh vực quản lý chất lượng sản phẩm:

+ Tăng cường tập huấn cho các hộ nông dân sản xuất, nuôi trồng, chế biến về các mô hình thực hành sản xuất tốt (GlobalGAP, VietGAP...) để thu được sản phẩm sạch, chất lượng cao cho xuất khẩu.

+ Có kế hoạch tiếp cận và áp dụng thực nghiệm các mô hình nuôi, trồng tiến tiến, hướng đến sản xuất nguyên liệu nông thủy sản bền vững và hạ giá thành sản xuất, đảm bảo chất lượng an toàn thực phẩm.

+ Tổ chức chương trình nâng cao nhận thức về Chương trình nông sản sạch (không hóa chất, không kháng sinh) cho người nuôi trồng, cơ sở sơ chế - chế biến theo hướng phân cấp cho địa phương phối hợp thực hiện để có nguồn nguyên liệu nông sản đảm bảo chất lượng phục vụ xuất khẩu.

Theo đánh giá, một trong những vấn đề quan trọng nhất của các cơ quan quản lý hiện nay là nâng cao chất lượng nông sản bởi các vùng trồng nông sản theo tiêu chuẩn VietGAP hoặc Global G.A.P đều vừa tiêu thụ được trong nước vừa có thể xuất khẩu. Tuy giá thành sản xuất sẽ cao hơn nhưng sẽ loại bỏ được chất cấm, kháng sinh, thịt bị bơm

nước... Hiện nông sản Việt Nam đa dạng về chủng loại, có nguồn cung dồi dào nhưng giá trị xuất khẩu không cao vì chủ yếu xuất bán dạng thô, ít hàng chế biến có giá trị gia tăng cao. Vì vậy, chúng ta nên tập trung xây dựng khâu bảo quản, chế biến sau thu hoạch để hỗ trợ tiêu thụ và giúp sản xuất nông nghiệp mang tính bền vững hơn. Bởi khi xảy ra tình trạng nông sản khó tiêu thụ thì ngành chế biến nước ta vẫn chưa phát huy hiệu quả. Do đó, các cấp, ngành phải xem xét lại điều này, cần đưa việc xây dựng khâu bảo quản, chế biến sau thu hoạch nông sản trở thành một trong những giải pháp chính để hỗ trợ tiêu thụ và giúp sản xuất nông nghiệp mang tính bền vững hơn.

## **THÔNG TIN THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU**

### **Xuất khẩu nông, thủy sản 4 tháng đầu năm tăng khá**

Theo số liệu thống kê thực tế từ Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của Việt Nam trong 4 tháng đầu năm 2017 đạt 62,09 tỷ USD, tăng tới 16,8% so với cùng kỳ năm 2016, đạt 62,09 tỷ USD. Với kết quả này, xuất khẩu đã tăng cao hơn rất nhiều so với mức dự kiến (mức chỉ tiêu được Quốc hội và Chính phủ giao là 6 - 7%).

Trong đó, những yếu tố hỗ trợ lớn nhất cho hoạt động xuất khẩu bốn tháng vừa qua là xu hướng tăng giá ở hầu hết nhóm hàng xuất khẩu chủ lực như nhiên liệu khoáng sản, dầu thô, nông - lâm - thủy sản và công nghiệp chế biến..., nhu cầu tại một số thị trường trọng điểm hồi phục cộng với các hiệp định thương mại tự do (FTA) mà Việt Nam kí kết và đi vào thực thi đã bắt đầu phát huy hiệu lực.

Riêng đối với nhóm hàng nông, thủy sản, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong tháng 4/2017 tiếp tục tăng 7,9% so với cùng kỳ năm trước lên 2,13 tỷ USD, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này trong 4 tháng đầu năm 2017 lên 7,6 tỷ USD, tăng 11,1% so với cùng kỳ năm trước, chiếm 12,2% tỷ trọng trên tổng kim ngạch xuất khẩu. Trong đó, ghi nhận sự tăng trưởng mạnh mẽ của cao su (tăng 65% về kim ngạch xuất khẩu); rau quả (tăng 31,9%); cà phê (tăng 18,6%) ...

#### **Xuất khẩu nhóm hàng nông sản trong tháng 4 và 4 tháng đầu năm 2017**

Nhóm hàng/mặt hàng	Tháng 4/2017		So với tháng trước (%)		So với tháng 4/2016 (%)		4 tháng năm 2017		So với 4 tháng năm 2016 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
<b>Tổng trị giá</b>		<b>17.536</b>		<b>1,7</b>		<b>21,8</b>		<b>62.090</b>		<b>16,8</b>
<b>Tổng KNXK nông sản</b>		<b>2.127</b>		<b>-3,4</b>		<b>7,9</b>		<b>7.584</b>		<b>11,1</b>
<b>Tỷ trọng trên tổng KNXK</b>		<b>12,1</b>						<b>12,2</b>		
Hàng thủy sản		644		6,7		16,2		2.150		10,1
Hàng rau quả		322		14,9		42,6		1.022		31,9
Hạt điều	28	274	17	19	-11,9	11,4	84	789	-7,2	15
Cà phê	135	306	-19,8	-19,9	-28,3	-3,9	588	1.333	-11,2	18,6
Chè	11	16	2,3	9,4	16,3	15,2	39	56	20,7	16,1
Hạt tiêu	25	142	-13,6	-16,6	1	-25,1	76	466	11,4	-16,1
Gạo	539	252	-2	0,3	18,9	18,7	1.780	793	-10	-10,2
Sắn và các sp từ sắn	269	73	-51,3	-44,8	-37,3	-33,7	1.487	367	-10,7	-14,1
- Sắn	85	15	-68,7	-66,8	-64,9	-65	638	104	-28,5	-29,5
Cao su	52	98	-21,7	-29,5	-29,9	-2,4	302	608	-2,1	65,4

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Giá xuất khẩu hàng hóa bình quân tháng 4 và 4 tháng đầu năm 2017 (ĐVT: USD/tấn)**



Tên hàng	Tháng 4/2017	So với tháng 3/2017 (%)	So với tháng 4/2016 (%)	4 tháng năm 2017	So với 4 tháng năm 2016 (%)
Hạt điều	9.646	1,8	26,4	9.407	24
Cà phê	2.268	-0,2	34	2.267	33,5
Chè	1.488	6,9	-1	1.452	-3,8
Hạt tiêu	5.672	-3,6	-25,9	6.106	-24,7
Gạo	468	2,4	-0,2	445	-0,2
Sắn và các sản phẩm từ sắn	270	13,5	5,7	246	-3,8
Sắn	176	5,8	-0,2	164	-1,4
Cao su	1.889	-9,9	39,2	2.016	68,8

**\* Mặt hàng cà phê:**

Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong tháng 4/2017 đạt 134,8 nghìn tấn, trị giá 305,83 triệu USD, so với tháng trước giảm 19,8% về lượng và 19,9% về trị giá, đồng thời so với tháng 4/2016 cũng giảm 28,3% về lượng và 3,9% về trị giá. Tính chung 4 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu cà phê của nước ta đã giảm 11,2% về lượng nhưng lại tăng 18,16% về trị giá so với cùng kỳ năm ngoái, đạt 588,12 nghìn tấn, trị giá 1,33 tỷ USD. Với kết quả này, cà phê hiện là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao thứ hai trong nhóm nông, thủy sản. Nguyên nhân khiến lượng cà phê xuất khẩu của nước ta giảm trong những tháng đầu năm nay là do lượng cà phê dự trữ từ năm 2016 chuyển sang còn ít, trong khi đó sản lượng cà phê vụ vừa qua giảm do tình trạng hạn hán trong năm 2016.

*Về giá xuất khẩu:*

Trong tháng 4/2017, giá xuất khẩu cà phê giảm nhẹ 6 USD/tấn so với tháng trước, đạt bình quân 2.268 USD/tấn. Nhìn chung giá xuất khẩu cà phê của Việt Nam tính từ đầu năm đến nay khá ổn định với mức tăng giảm không đáng kể. Mặc dù vậy, so với cùng kỳ năm trước giá xuất khẩu cà phê vẫn tăng mạnh 33,5%, đạt trung bình 2.267 USD/tấn.

*Về thị trường xuất khẩu:*

So với tháng trước, xuất khẩu cà phê sang hầu hết các thị trường chính giảm khá mạnh. Cụ thể, lượng cà phê xuất khẩu tới thị trường Đức giảm 19%, Mỹ giảm 36,8%, Italia giảm 33,9%, Tây Ban Nha giảm 13,4%... Đồng thời so với cùng kỳ năm ngoái, lượng cà phê xuất khẩu tới các thị trường kể trên cũng đã giảm từ 15% - 32%.

Trong 4 tháng đầu năm 2017, Đức, Mỹ và Italia là 3 thị trường tiêu thụ cà phê lớn nhất của Việt Nam. Trong đó, lượng cà phê xuất khẩu sang thị trường Đức đạt 103,85 nghìn tấn, giảm 3,7% so với cùng kỳ năm ngoái.

Kế đến, lượng cà phê xuất khẩu tới thị trường Mỹ đạt 90,47 nghìn tấn, tăng 5,8% so với cùng kỳ. Trong khi đó, lượng cà phê xuất khẩu sang thị trường Italia giảm 5,7% so với 4 tháng năm 2016, đạt 53,3 nghìn tấn.

Ngoài Đức và Italia, lượng cà phê xuất khẩu sang một số thị trường chủ lực khác cũng giảm như Tây Ban Nha (-14,2%), Nhật bản (-5,3%), Philipine (-36,8%, Trung Quốc (-33,8%)...

**Thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong tháng 4 và 4 tháng năm 2017**

(ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD)

Thị trường	Tháng 4/2017		So với tháng 3/2017 (%)		So với tháng 4/2016 (%)		4 tháng năm 2017		So với 4 tháng năm 2016 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá

Thị trường	Tháng 4/2017		So với tháng 3/2017 (%)		So với tháng 4/2016 (%)		4 tháng năm 2017		So với 4 tháng năm 2016 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Đức	23.696	51.153	-19,0	-19,7	-18,0	7,3	103.859	225.227	-3,7	29,1
Mỹ	17.872	40.874	-36,8	-35,5	-21,7	2,8	90.470	206.008	5,8	42,5
Italia	10.872	23.766	-33,9	-35,2	-14,1	11,8	53.327	117.620	-5,7	26,0
Tây Ban Nha	8.580	18.977	-13,4	-14,3	-32,8	-11,4	37.919	83.214	-14,2	11,7
Nhật Bản	7.503	17.572	-29,4	-29,0	-15,8	9,3	31.081	71.996	-5,3	21,8
Angiêri	6.161	13.420	-13,6	-13,7	-16,8	14,0	22.187	48.300	0,5	38,8
Philippine	5.237	11.280	46,2	39,1	13,3	42,1	14.683	33.283	-36,8	-22,1
Trung Quốc	5.234	15.169	54,4	55,8	17,7	64,7	12.820	38.278	-33,8	-2,2
Nga	4.005	9.566	1,5	-5,0	-13,2	9,3	15.192	37.879	-42,2	-18,1
Bỉ	3.832	7.974	-43,6	-47,3	-50,6	-40,6	32.454	70.305	18,4	46,9

**\* Mặt hàng cao su:**

Xuất khẩu cao su của Việt Nam trong tháng 4/2017 tiếp tục giảm do nguồn cung hạn hẹp. Số liệu thống kê từ Tổng cục Hải quan cho thấy, xuất khẩu cao su của Việt Nam trong tháng 4/2017 giảm 21,7% về lượng và 29,7% về trị giá so với tháng 3/2017, đạt 52 nghìn tấn, trị giá 98 triệu USD. Qua đó đưa tổng xuất khẩu cao su của nước ta trong 4 tháng đầu năm 2017 lên 302 nghìn tấn, trị giá 608 triệu USD, so với cùng kỳ năm ngoái giảm 2,1% về lượng nhưng tăng 65,4% về trị giá. Trong đó, xuất khẩu cao su trong 4 tháng qua được sự hỗ trợ từ xu hướng hồi phục mạnh mẽ của giá cao su trên thị trường thế giới với mức giá xuất khẩu bình quân đạt 2.016 USD/tấn, tăng 69% so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, giá cao su xuất khẩu đang có xu hướng giảm trong thời gian gần đây. Cụ thể, trong tháng 4/2017 giá cao su giảm tháng thứ hai liên tiếp với mức giảm 9,9% so với tháng trước, đạt bình quân 1.889 USD/tấn. Dự báo, giá cao su xuất khẩu nhiều khả năng sẽ giảm nhẹ trong thời gian tới trong bối cảnh vụ thu hoạch mới đang bắt đầu, nguồn cung sẽ tăng.

Về thị trường xuất khẩu: Trong tháng 4/2017, lượng cao su xuất khẩu sang hầu hết các thị trường tiêu thụ chính đều giảm mạnh so với tháng trước ngoại trừ Ấn Độ. Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2017, Trung Quốc vẫn đứng đầu về tiêu thụ cao su của Việt Nam với 190,06 nghìn tấn, tăng 12,1% so với cùng kỳ năm ngoái.

Cùng với Trung Quốc, các doanh nghiệp xuất khẩu cao su của Việt Nam cũng đẩy mạnh xuất khẩu cao su tới thị trường Hàn Quốc và Mỹ, với mức tăng trưởng lần lượt là 41,1%, 17,3%.

**Tham khảo một số thị trường xuất khẩu cao su của Việt Nam trong tháng 4 và 4 tháng năm 2017 (ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD)**

Thị trường	Tháng 4/2017		So với tháng 3/2017 (%)		So với tháng 4/2016 (%)		4 tháng năm 2017		So với 4 tháng năm 2016 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Trung Quốc	30.032	54.067	-23,0	-31,6	-30,1	-7,5	190.066	383.736	12,1	89,9
Ấn Độ	3.600	6.871	194,1	162,8	-41,0	-19,0	8.270	15.500	-65,1	-47,6
Hàn Quốc	3.221	6.405	-7,9	-20,6	44,1	107,3	13.521	29.634	41,1	148,8
Đức	1.945	4.165	-15,7	-22,3	36,7	118,0	10.059	21.032	-17,4	42,0
Thổ Nhĩ Kỳ	1.818	3.643	-0,7	-3,7	32,7	106,7	7.428	14.934	16,3	107,4
Malaysia	1.561	2.617	-41,6	-51,3	-79,4	-72,9	12.191	22.563	-52,2	-22,3
Đài Loan	1.189	2.547	-5,8	-17,7	-47,6	-18,6	6.823	14.496	-10,2	52,1
Tây Ban Nha	1.026	2.047	-13,9	-23,4	88,3	207,4	3.893	8.191	11,6	105,5
Nhật Bản	915	2.193	13,0	13,9	7,9	83,1	3.455	7.593	5,0	71,9
Indonêxia	728	1.556	-33,9	-29,0	56,9	108,9	3.583	7.369	23,2	110,0

**\* Mặt hàng gạo:**

Trong tháng 4/2017 xuất khẩu mặt hàng gạo đạt 539,4 nghìn tấn, trị giá 252,2 triệu USD, giảm 2,0% về lượng và tăng nhẹ 0,3% so với tháng 3/2017, tuy nhiên so với tháng 4/2016 tăng 18,4% về lượng và 18,3% về trị giá, đánh dấu tháng thứ 4 liên tiếp trong năm 2017 lượng gạo xuất khẩu sụt giảm mạnh. Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu gạo của Việt Nam đạt gần 1,78 triệu tấn, trị giá 792,6 triệu USD, tiếp tục giảm 10% về lượng và 10,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2016.

**Giá xuất khẩu**

Giá gạo xuất khẩu bình quân trong tháng 4/2017 đạt 457 USD/tấn, tăng 2,4% (+11 USD/tấn) so với tháng 3/2017 nhưng lại giảm nhẹ 0,1% so với tháng 4/2016. Trong 4 tháng đầu năm 2017, giá gạo xuất khẩu bình quân của nước ta đạt 445 USD/tấn, không có thay đổi so với cùng kỳ năm ngoái.

**Thị trường xuất khẩu**

Tính chung trong 4 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu gạo của nước ta sang Trung Quốc lớn nhất, chiếm 45,8% tổng khối lượng xuất khẩu gạo cả nước, đạt khối lượng 815,4 nghìn tấn, trị giá 376,1 triệu USD, tăng 16,1% về lượng và 16,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2016. Xuất khẩu mặt hàng này sang thị trường Philipine đứng vị trí tiếp theo đạt khối lượng 236,6 nghìn tấn, trị giá 90,1 triệu USD, tăng 24% về lượng và 10,9% về trị giá so với cùng kỳ năm 2016.

Ngoài ra, khối lượng xuất khẩu gạo sang một số nước khác tiếp tục tăng so với cùng kỳ năm 2016 như: Malaysia, UAE, Angiêri, Nga...

**Một số thị trường xuất khẩu gạo đạt kim ngạch cao trong tháng 4 và 4 tháng năm 2017**

(ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD)

Thị trường	4T/2017		% so 4T/2016		T4/2017		% so T3/2017		% so T4/2016	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Trung Quốc	815.418	376.152	16,1	16,2	287.970	131.631	0,7	-0,5	24,7	19,1
Philipine	236.612	90.146	24,0	10,9	3.390	1.247	-88,1	-89,2	6.680,0	4.214,0
Bờ Biển Ngà	74.905	34.138	-9,9	-18,2	28.265	13.591	325,0	328,2	-38,9	-35,5
Malaysia	83.327	33.827	2,0	-6,1	31.348	12.781	44,3	37,6	124,5	83,2
Gana	65.507	33.160	-53,0	-51,0	28.269	14.499	44,7	47,6	-26,9	-18,8
Singapore	25.399	12.663	-12,3	-13,3	7.549	3.784	-85,0	-85,8	24,4	23,8
Hồng Kông	18.962	9.520	-44,7	-45,4	4.952	2.531	-16,5	-16,8	-45,7	-44,6
UAE	15.791	8.119	28,0	25,5	5.474	2.823	65,2	61,4	53,3	51,7
Angiêri	17.750	6.964	318,2	324,0	3.500	1.441	-61,6	-58,7	112,1	116,9
Mỹ	9.160	4.785	-16,0	-21,0	2.031	1.126	-47,0	-37,6	-3,7	-9,6

**\* Mặt hàng rau quả:**

Kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả trong tháng 4/2017 đạt mức cao nhất từ trước đến nay, đạt 321,54 triệu USD, tăng 14,9% so với tháng trước và tăng 44% so với cùng kỳ năm ngoái. Tính chung 4 tháng đầu năm nay, kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả đạt 1,021 tỷ USD, tăng 33,7% so với 4 tháng năm ngoái. Trong đó, xuất khẩu sang hầu hết các thị trường đều đạt tốc độ tăng trưởng khá cao, thậm chí xuất sang một số thị trường ghi nhận mức tăng trưởng rất cao trên 50% như Nhật Bản, UAE, Nga hay Hồng Kông.

Trong 4 tháng qua, Trung Quốc tiếp tục là thị trường xuất khẩu hàng rau quả lớn nhất của nước ta với kim ngạch xuất khẩu đạt 759 triệu USD, tăng gần 37% so với cùng kỳ năm trước và chiếm tỷ trọng 74,3% trên tổng kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này.

**Thị trường xuất khẩu hàng rau quả trong tháng 4 và 4T/2017**

Thị trường	T4/2017 (nghìn USD)	So sánh(%)		4T/2017 (nghìn USD)	So sánh 4T/2016(%)	Tỷ trọng(%)	
		T3/2017	T4/2016			4T/2017	4T/2016
<b>Tổng</b>	<b>321.541</b>	<b>14,9</b>	<b>44,0</b>	<b>1.021.589</b>	<b>33,7</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
Trung Quốc	247.444	22,5	53,7	759.106	36,8	74,3	72,6
Mỹ	10.145	6,3	22,1	34.575	17,4	3,4	3,9
Nhật Bản	9.101	-7,3	51,9	31.542	51,2	3,1	2,7
Hàn Quốc	8.636	-10,6	-0,7	30.703	13,7	3,0	3,5
Thái Lan	3.043	-44,3	-26,3	17.671	17,2	1,7	2,0
Malaysia	4.612	7,0	-1,8	16.821	22,0	1,6	1,8
Hà Lan	5.592	21,7	32,2	16.337	3,7	1,6	2,1
UAE	3.513	-0,2	127,1	12.372	112,2	1,2	0,8
Nga	2.854	-7,4	46,1	11.851	76,3	1,2	0,9
Đài Loan	3.038	-11,2	-22,0	10.508	-8,1	1,0	1,5

**Dự báo:**

Trong ngắn hạn, xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản tiếp tục ghi nhận tốc độ tăng trưởng khoảng 12-15% nhờ được hỗ trợ bởi yếu tố giá, cộng với nhu cầu tiêu thụ trên thị trường thế giới khá quan trọng, bên cạnh đó theo chu kỳ và quy luật thông thường, xuất khẩu nông, thủy sản thời gian qua đều tăng vào giữa năm và đạt đỉnh vào thời điểm cuối năm. Tuy nhiên, một số mặt hàng vẫn tiếp tục gặp khó khăn trong việc đẩy mạnh lượng hàng xuất khẩu như cà phê, gạo hay sắn. Trong đó, đối với mặt hàng cà phê, dự báo xuất khẩu cà phê của Việt Nam trong thời gian tới sẽ chịu ảnh hưởng trong bối cảnh nguồn cung cà phê thế giới sụt giảm mạnh do ảnh hưởng bởi hiện tượng El Nino từ năm 2016 nên xuất khẩu khó có thể tăng mạnh.

Đối với mặt hàng gạo, trong bối cảnh nhiều thị trường nhập khẩu gạo chính của Việt Nam đang dần thay đổi cơ chế điều hành nhập khẩu gạo, từ Chính phủ nhập khẩu sang giao cho doanh nghiệp tư nhân đấu thầu hạn ngạch hoặc tự do hóa hoàn toàn, trong khi chất lượng gạo xuất khẩu của nước ta thấp, công nghiệp chế biến sâu chưa phát triển nên khả năng cạnh tranh trong thương mại không cao, có thể nói mục tiêu xuất khẩu hơn 5 triệu tấn gạo, trị giá 2,3 tỷ USD của Việt Nam trong năm 2017 càng trở nên khó khăn nhất là khi Thái Lan có kế hoạch xả kho 8 triệu tấn gạo dự trữ. Năm qua, Thái Lan xuất khẩu 9,6 triệu tấn gạo, xếp vị trí thứ hai sau Ấn Độ với 10,43 triệu tấn và vẫn vượt xa so với lượng gạo xuất khẩu của Việt Nam.

**Đánh giá:**

Trong 4 tháng qua, bên cạnh những mặt hàng sụt giảm mạnh về lượng xuất khẩu với một trong những nguyên nhân chính là do không có thương hiệu, gặp rất nhiều khó khăn trong cạnh tranh tại các thị trường xuất khẩu, thì vấn đề nổi bật khác trong hoạt động xuất khẩu nhóm hàng nông sản là do không quy hoạch tốt khâu sản xuất và chăn nuôi, người nông dân chạy theo nhu cầu tăng bất thường của các thương nhân Trung Quốc nên dẫn đến dư thừa nguồn cung nhiều mặt hàng nông sản, tiêu biểu như dưa hấu và thịt lợn. Trong thời gian tới, cần có sự phối hợp tốt từ các Bộ, ngành, địa phương từ khâu thông tin đến khâu quy hoạch sản xuất để hỗ trợ các hộ sản xuất và các doanh nghiệp trong việc sản xuất và tiêu thụ các mặt hàng nông sản để tránh sự phụ thuộc quá lớn vào một số thị trường nhất định.

Riêng đối với Bộ Công thương, để kết nối đầu vào sản xuất, đầu ra tiêu thụ được bền vững, trong thời gian tới Bộ Công Thương sẽ tập trung vào các giải pháp nhằm khơi thông và mở rộng thị trường xuất khẩu như sau:

*- Đàm phán và mở cửa thị trường*

+ Rà soát nhu cầu tiêu dùng và cơ chế, chính sách nhập khẩu của các thị trường, trên cơ sở đó, đề xuất đàm phán và ký kết các thỏa thuận về tạo thuận lợi cho xuất khẩu nhóm hàng nông sản, thủy sản của Việt Nam.

+ Tích cực đàm phán mở rộng thị trường cho hoạt động xuất khẩu.

*- Cung cấp thông tin*

+ Tăng cường theo dõi, nắm bắt, cập nhật các thay đổi về chính sách, cơ chế quản lý xuất nhập khẩu hoặc những thông tin bất lợi đối với hàng nông sản, thủy sản xuất khẩu của Việt Nam tại các thị trường.

+ Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, phổ biến cho các doanh nghiệp, Hiệp hội ngành hàng quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, quản lý chất lượng, hàng rào kỹ thuật và thương mại của nước nhập khẩu đối với nhóm hàng nông sản, thủy sản.

+ Tăng cường giới thiệu, quảng bá thông tin về các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản, thủy sản tiêu biểu của Việt Nam với các đối tác nước ngoài.

*- Đẩy mạnh công tác xúc tiến thương mại, phát triển thương hiệu.*

*- Tháo gỡ khó khăn về rào cản kỹ thuật, thương mại*

+ Tập trung nắm bắt tình hình áp dụng các biện pháp bảo hộ mậu dịch, rào cản kỹ thuật và thương mại, các vụ kiện của các nước nhập khẩu đối với nhóm hàng nông, thủy sản.

+ Tiến hành rà soát và đẩy nhanh quá trình đàm phán các thỏa thuận về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau đối với nhóm hàng nông sản, thủy sản giữa Việt Nam và các nước.

## **Xuất khẩu nông sản sang thị trường Canada còn nhiều tiềm năng tăng trưởng**

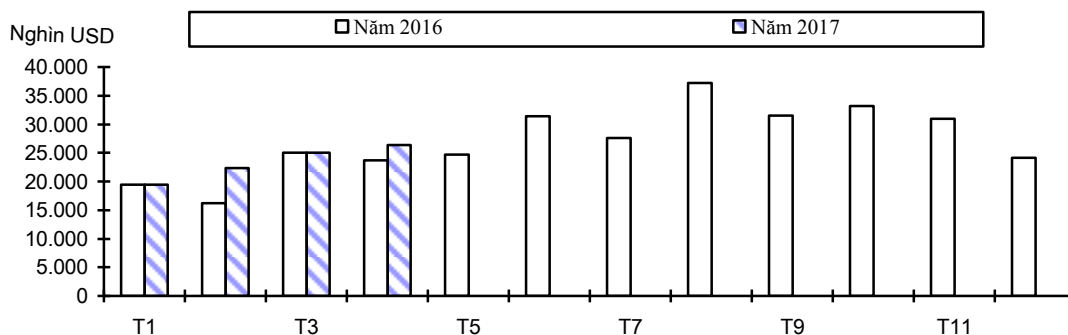
Theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam tới thị trường Canada trong tháng 4/2017 đạt 26,39 triệu USD, tăng 5,6% so với tháng 3/2017 và tăng 11,55% so với tháng 4/2016; năng tổng kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam tới thị trường này trong 4 tháng năm 2017 lên mức 92,95 triệu USD, so với cùng kỳ năm ngoái tăng 6,24%. Về tỷ trọng, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản sang thị trường Canada chiếm 11,23% tổng kim ngạch xuất khẩu hàng hóa sang thị trường này.

An toàn thực phẩm là ưu tiên hàng đầu của Chính phủ Canada, hiện nay Cơ quan thanh tra thực phẩm Canada (CFIA) đã và đang đặt ra rất nhiều quy định khắt khe với mức độ kiểm tra, giám sát khác nhau về an toàn thực phẩm. Chính vì vậy, các doanh nghiệp xuất khẩu nông, lâm, thủy sản Việt Nam muốn tăng khả năng thành công và mở rộng thị trường tại Canada thì không những phải nâng cao năng lực cạnh tranh toàn diện, mà còn phải tuân thủ và áp dụng chặt chẽ các quy định về an toàn thực phẩm mà CFIA đặt ra.

Hiện Canada là nước nhập khẩu sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm lớn thứ 6 thế giới với rất nhiều chủng loại hàng hóa từ hơn 190 nước, trong đó có Việt Nam. Trong thời gian qua, mặc dù kim ngạch thương mại hai chiều trong lĩnh vực nông lâm thủy sản giữa hai nước chưa tương xứng với tiềm năng, nhưng ngày càng có nhiều doanh nghiệp Việt Nam tiếp cận và có nhu cầu mở rộng tại thị trường này. Tuy nhiên, thời gian qua đã có một số lô hàng thủy sản Việt Nam bị cảnh báo do tồn dư mẫu kháng sinh hoặc chất gây dị ứng.

Do đó, bên cạnh mở rộng hoạt động xúc tiến thương mại, các doanh nghiệp cần nắm rõ hơn về các quy định nhập khẩu của Canada để có thể chủ động tuân thủ tốt hơn từ khâu sản xuất tại Việt Nam thay vì phải xử lý sự cố khi hàng đã nhập khẩu vào Canada, qua đó giảm được thiệt hại.

### Kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam tới Canada 2016-2017



### Xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam sang Canada tháng 4 và 4 tháng năm 2017

ĐVT: Lượng: tấn; Trị giá: nghìn USD

Tên hàng	Tháng 4/2017		So với tháng 3/2017 (%)		So với tháng 4/2016 (%)		4 tháng năm 2017		So với 4 tháng 2016 (%)	
	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá	Lượng	Trị giá
Hàng thủy sản		13.566		1,3		3,4		51.737		12,1
Hạt điều	804	8.167	25,8	31,1	-9,9	18,6	2.324	23.446	-26,7	-7,2
Hàng rau quả		1.624		-3,5		-8,9		5.603		-6,8
Cà phê	652	1.518	43,6	43,2	53,4	106,2	2.039	4.763	-2,6	32,9
Hạt tiêu	203	1.271	-33,7	-39,2	75,0	29,8	784	5.363	30,7	-5,5
Cao su	120	248	-45,7	-53,0	1,7	53,4	945	2.041	53,2	157,0

Nguồn: Hải quan Việt Nam

**Một số mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu sang Canada:** Trong 4 tháng đầu năm 2017, có 6 mặt hàng trong nhóm nông, thủy sản của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Canada, bao gồm: hàng thủy sản, hạt điều, hàng rau quả, cà phê, hạt tiêu và cao su.

So với 4 tháng năm 2016, **xuất khẩu hạt điều** của Việt Nam sang thị trường Canada giảm cả về lượng lẫn trị giá so với cùng kỳ năm ngoái, giảm 26,7% về lượng và 7,2% về trị giá.

**Xuất khẩu cà phê** của Việt Nam tới Canada trong 4 tháng năm 2017 mặc dù giảm nhẹ 2,6% về lượng nhưng lại tăng mạnh 32,9% về trị giá so với cùng kỳ năm ngoái.

Người Canada rất yêu thích uống cà phê đến mức ai cũng có thể nhìn thấy từng dòng người đổ xô đến chuỗi quán cà phê Tim Hortons để uống mỗi sáng. Tờ Telegraph vừa thống kê ra top 10 quốc gia tiêu thụ cà phê nhiều nhất thế giới ở thời điểm hiện tại. Dẫn đầu danh sách này là đất nước Phần Lan với lượng tiêu thụ trung bình mỗi năm lên tới 12kg/người. Trong khi đó Canada đứng thứ 10 với lượng tiêu thụ trung bình: 6,2kg/người.

Vì cái lạnh của mùa đông kéo dài là một nguyên nhân để người Canada uống nhiều cà phê đến vậy. Tuy nhiên, thời tiết lạnh không phải là lý do duy nhất. Người Canada thích uống cà phê còn là vì chuỗi quán Tim Hortons có mặt ở khắp mọi nơi, tổng cộng có 3,692

quán trên khắp đất nước Canada. Trung bình mỗi 9.000 người Canada sẽ có một quán để phục vụ.

**Xuất khẩu rau quả** cũng giảm nhẹ 6,8% trong 4 tháng đầu năm nay, đạt 5,6 triệu USD.

Thị trường Canada có xu hướng tăng nhập khẩu các loại rau quả từ các nước đang phát triển. Lợi ích về mặt sức khỏe và dinh dưỡng cũng như sự quan tâm tới món ăn của các dân tộc trên thế giới đã khiến doanh số bán tất cả các loại rau quả đông lạnh và đóng hộp ở Canada tăng mạnh.

Những người Canada có nguồn gốc Tây Ấn, Đông Ấn, Trung Quốc và Việt Nam tiêu thụ rau quả nhiều gấp 1/3 lần so với những người bản địa hoặc gốc Mỹ. Các chủng loại rau quả được ưa chuộng bao gồm súp rau ăn liền, rau quả đông lạnh đóng túi... Các loại rau quả hỗn hợp cũng được bán khá phổ biến trên thị trường Canada.

**Hàng thủy sản:** Thủy sản là mặt hàng đứng đầu trong nhóm nông, thủy sản của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường Canada trong tháng 4 và 4 tháng đầu năm nay. Theo đó, 4 tháng đầu 2017, kim ngạch xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam tới Canada đạt 51,73 triệu USD, tăng 12,1% so với cùng kỳ năm ngoái. Riêng mặt hàng thủy sản đã chiếm tới 55,66% tổng kim ngạch xuất khẩu của nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang Canada.

Theo thống kê, tôm và cá tra đông lạnh vẫn là 2 mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam tới Canada, chiếm tới 77,2% về lượng và 80,5% về kim ngạch trong quý I/2017. Trong đó, xuất khẩu tôm đông lạnh – mặt hàng lớn nhất của nước ta tới Canada trong quý I/2017 tăng trưởng, tăng 3,9% về lượng và 7,9% về kim ngạch so với quý I/2016; với khối lượng đạt 1,8 nghìn tấn, kim ngạch đạt 23,2 triệu USD.

Canada là thị trường nhập khẩu tôm lớn thứ 6 của Việt Nam và chiếm 4% tổng xuất khẩu tôm của Việt Nam. Canada luôn có tên trong số 10 thị trường nhập khẩu tôm hàng đầu của Việt Nam. Xuất khẩu tôm tới Canada mặc dù không tăng trưởng mạnh và liên tục, nhưng Canada được coi là thị trường tiềm năng đối với mặt hàng tôm Việt Nam do vị trí nằm sát với nước Mỹ và người dân ở đây có mức sống cao.

Tại Cannada, các doanh nghiệp xuất khẩu tôm Việt Nam phải cạnh tranh mạnh về giá với các nước đối thủ như Ấn Độ, Thái Lan, Trung Quốc. Bên cạnh đó, cạnh tranh ngày càng lớn từ Ấn Độ về nguồn cung và sản phẩm cũng góp phần làm giảm thị phần của tôm Việt Nam trên thị trường này. Mặc dù Ấn Độ hiện vẫn đứng sau Việt Nam về cung cấp tôm cho Canada nhưng nhìn vào tốc độ tăng trưởng nhập khẩu tôm Ấn Độ vào thị trường này, có thể dễ dàng nhận thấy sự mở rộng nhanh chóng thị phần tôm Ấn Độ ở Canada.

Để tăng kim ngạch xuất khẩu tôm tới Canada, doanh nghiệp tôm Việt Nam nên tập trung vào phân khúc hàng giá trị gia tăng và đối với các sản phẩm tươi sống nhà xuất khẩu nên cung cấp cho khách hàng Canada thông tin về cách chuẩn bị hoặc cách chế biến sản phẩm đó. Bên cạnh đó, doanh nghiệp nên quan tâm nhiều hơn đến mẫu mã hàng hóa, phát triển mặt hàng mới, chú trọng chất lượng dịch vụ, bao gói, nhãn mác, giá cả phù hợp.

Bên cạnh đó, việc tuân thủ các quy định nhập khẩu của Canada đối với cá và hải sản là điều quan trọng để thúc đẩy xuất khẩu sang thị trường này.

**Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam tới Canada quý I/2017**

Mặt hàng xuất khẩu	Tỷ trọng (%)		Quý I/2017		% so với quý I/2016	
	Lượng	Trị giá	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá

Mặt hàng xuất khẩu	Tỷ trọng (%)		Quý I/2017		% so với quý I/2016	
	Lượng	Trị giá	Lượng (tấn)	Trị giá (USD)	Lượng	Trị giá
Tổng	100	100	6.397,6	38.226.944	4,8	14,5
Tôm đông lạnh	29,4	60,7	1.878,5	23.197.928	3,9	7,9
Cá tra đông lạnh	47,8	19,8	3.054,9	7.578.345	-13,2	-15,5
Cá ngừ đông lạnh	5,9	7,6	374,3	2.891.737	370,9	288,3
Cá cò đông lạnh	1,0	1,5	65,6	570.024	2.577,4	2.506,6
Ghẹ đóng hộp	2,5	1,4	161,0	529.162	144,9	126,7
Cá ngừ đóng hộp	2,3	1,2	149,3	451.878	30,9	11,3
Cá tuyết đông lạnh	1,5	1,1	93,3	416.875	16,6	21,1
Mực đông lạnh	0,8	0,8	51,0	305.488	224,4	335,9
Há cảo tôm	0,7	0,5	42,9	203.930	0,0	0,0
Cá chẻm đông lạnh	0,4	0,5	22,6	195.021	0,0	0,0
Cá hồi đông lạnh	0,3	0,5	19,7	179.622	0,0	0,0
Bạch tuộc đông lạnh	0,4	0,4	28,3	161.995	25,0	51,7
Cá trích đóng hộp	0,4	0,4	24,2	135.117	0,0	0,0
Cá nục đông lạnh	0,9	0,3	57,8	128.678	-21,3	-11,8
Cá đông lạnh	0,3	0,3	18,8	107.966	-2,0	51,3
Chả cá	0,5	0,3	34,1	107.574	1.235,7	367,7
Cá rô phi đông lạnh	0,6	0,2	38,7	95.137	493,0	259,0
Cá bạc má đông lạnh	0,5	0,2	32,6	84.114	75,5	71,3
Cá thồn bơn ĐL	0,3	0,2	18,1	81.111	0,0	0,0
Bánh tôm	0,2	0,2	9,9	66.005	0,0	0,0
Cá chỉ vàng ĐL	0,3	0,2	21,8	58.350	362,4	366,0
Cá đồ đông lạnh	0,2	0,1	15,4	51.899	256,3	349,1
Mực khô	0,1	0,1	3,3	47.080	0,0	0,0
Cá kèo đông lạnh	0,1	0,1	8,4	42.054	193,4	161,0
Cá trê đông lạnh	0,2	0,1	10,5	33.885	148,6	153,4
Chả giò tôm	0,1	0,1	8,1	33.443	0,0	0,0
Cá mú đông lạnh	0,1	0,1	6,8	30.610	61,4	25,3
Cá nục đóng hộp	0,2	0,1	10,0	30.295	-67,7	9,3
Mặt hàng khác	2,1	1,1	137,5	411.622	-38,9	-29,2

**20 DN xuất khẩu thủy sản lớn nhất của Việt Nam tới Canada quý I/2017**

STT	Tên doanh nghiệp	Trị giá (nghìn USD)
1	Cty CP Tập Đoàn Thủy Sản Minh Phú	5.520
2	Cty Cổ Phần Thủy Sản Sóc Trăng	4.240
3	Cty Cổ Phần Thủy Sản Minh Phú Hậu Giang	2.815
4	Cty CP Vĩnh Hoàn	2.481
5	Cty TNHH Thịnh Hưng	2.102
6	Cty CP Chế Biến Và Dịch Vụ Thủy Sản Cà Mau	2.073
7	Cty TNHH Chế Biến Thủy Sản Minh Quý	1.336
8	Cty Cổ Phần Hùng Vương	1.254
9	Cty Cổ Phần Thủy Sản Sạch Việt Nam	1.145
10	Cty CP Thủy Sản Trường Giang	1.073
11	Cty TNHH Thủy Sản Phúc Nguyên	1.042
12	Cty TNHH Kinh Doanh Chế Biến Thủy Sản Và Xuất Nhập Khẩu Quốc Việt	1.038
13	Cty CP Thủy Sản Cà Mau	842
14	Cty TNHH Hải Sản Việt Hải	745



15	Cty Cổ Phần Chế Biến Thủy Sản Tài Kim Anh	713
16	Cty Cổ Phần Chế Biến Thủy Sản Xnk âu Vũng I	658
17	Cty TNHH Công Nghiệp Thực Phẩm PATAYA (Việt Nam)	563
18	Cty Cổ Phần Foodtech	452
19	Cty TNHH Một Thành Viên Espersen Việt Nam	417
20	Cty CP Đông Lạnh Thủy Sản Long Toàn	386
<i>(số liệu thống kê chỉ dùng tham khảo)</i>		

**Tham khảo doanh nghiệp xuất khẩu cà phê tới thị trường Canada 3 tháng năm 2017**

STT	Tên doanh nghiệp	Kim ngạch (USD)
1	Công ty TNHH Mercafe Việt Nam	619.649
2	Công Ty TNHH Sunwah Commodities (Việt Nam)	583.418
3	Công Ty TNHH Hồ Phượng	539.318
4	CÔNG TY CỔ PHẦN TẬP ĐOÀN INTIMEX	503.654
5	CÔNG TY CỔ PHẦN PHÚC SINH	399.660
6	Công ty TNHH Hiang Kie Industries	231.618
7	Công Ty Cổ Phần XNK Cà Phê INTIMEX Nha Trang	146.813
8	Công Ty Cổ Phần Intimex Bình Dương	80.640
9	Công Ty Cổ Phần Vinacafé Biên Hòa	70.725
10	Công Ty TNHH Thực Phẩm Mây Đông á	21.250
11	Công Ty TNHH Một Thành Viên Thương Mại XNK Việt Thành	16.170
12	Công ty TNHH Thực phẩm Anh Duy	12.225
13	Công Ty TNHH Nông Hải Sản Gia Thành	10.494
14	Công Ty TNHH Thực Phẩm Gia An	5.647
15	DNTN Thương Mại Nam Phong	1.585
16	Cty TNHH Một Thành Viên Sản Xuất Thương Mại Hương Nam	1.215
17	Công Ty TNHH Đầu Tư Phát Triển Đại Kim Phát Đắk Lắk	750

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

**- Triển vọng xuất khẩu nông, thủy sản sang thị trường Canada**

**Thuận lợi:**

+ Ngân hàng Trung ương Canada (BoC) ước tính kinh tế nước này đạt được mức tăng trưởng xấp xỉ 4% trong quý I/2017 cho dù phải chận vật đối phó với tình trạng giá dầu suy giảm trong hai năm qua. Không chỉ có mức tăng trưởng cao nhất G7 mà Canada còn giữ khoảng cách khá xa so với các nước còn lại trong nhóm.

Tính cả năm 2017, BoC dự báo kinh tế Canada sẽ tăng trưởng 2,6%, cao nhất trong nhóm nước công nghiệp.

+ Việt Nam được chọn là 1 trong 6 thị trường nhận được sự ưu tiên của Canada trong Kế hoạch Hành động Thị trường Toàn cầu. Cơ cấu kinh tế của Việt Nam và Canada bổ sung cho nhau chứ không cạnh tranh nhau. Đó là một thuận lợi rất lớn để trong dài hạn chúng ta vẫn nhận được sự ưu đãi trong thương mại, cũng như không ngừng nâng cao kim ngạch xuất khẩu.

+ Doanh nghiệp Canada ngày càng quan tâm nhiều hơn tới các sản phẩm của Việt Nam nhằm đa dạng hóa nguồn cung thay thế dần các sản phẩm nhập khẩu từ Trung Quốc.

+ Hàng hoá có xuất xứ Việt Nam nhập khẩu vào Canada hiện vẫn đang được hưởng chế độ ưu đãi thuế quan phổ cập (GPT) / (GSP) của Canada.

+ Với kim ngạch nhập khẩu hàng hóa mỗi năm khoảng gần 500 tỷ USD, Canada là một thị trường hết sức hấp dẫn đối với các doanh nghiệp khắp nơi trên thế giới kể cả đối với doanh nghiệp Việt Nam.

**Khó khăn:**

+ Là một thị trường tiềm năng, nhưng Canada cũng là nước có hệ thống pháp luật, hệ thống kiểm tra, giám sát ATTP được coi là hiện đại, chặt chẽ và xếp vào loại hàng đầu thế giới hiện nay. Trong thời gian qua, Việt Nam đang vấp phải khá nhiều vướng mắc trong xuất khẩu thủy hải sản sang thị trường này do chưa hiểu hết quy định về ATTP của nước bạn.

+ Hệ thống luật thương mại của Canada tương đối phức tạp. Hàng nhập khẩu vào Canada phải chịu sự điều tiết của luật liên bang và luật nội bang. Các luật này nhiều khi không thống nhất. Trong khi đó sự am hiểu về luật của các doanh nghiệp Việt Nam nói chung còn nhiều hạn chế.

+ Canada tập trung buôn bán với một số đối tác lớn như Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản ... Ở Châu Á, ngoài Nhật Bản, Trung Quốc, Ấn Độ, Hàn Quốc, các doanh nghiệp Canada còn quan tâm đến thị trường Thái Lan, Philippines và Singapore nhiều hơn so với Việt Nam.

+ Bản thân các doanh nghiệp Việt Nam cũng ít chú trọng đến thị trường Canada mà chủ yếu tập trung vào thị trường Mỹ, đồng thời chưa thấy hết được tính thống nhất của thị trường Bắc Mỹ nói chung.

+ Cho đến nay, hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam chưa tiếp cận được các kênh phân phối lớn của Canada, rất nhiều mặt hàng đã có mặt tại Canada nhưng phải qua công ty trung gian của nước thứ ba.

+ Tính cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam tại thị trường Canada chưa cao do các yếu tố về giá cả, mẫu mã, chất lượng và khoảng cách địa lý.

+ Hầu hết các doanh nghiệp Việt Nam thường yêu cầu thanh toán theo phương thức tín dụng L/C không hủy ngang, thanh toán ngay khi xuất trình đầy đủ bộ chứng từ phù hợp với qui định trong L/C cho ngân hàng. Tuy nhiên các doanh nghiệp Canada thích sử dụng phương thức thanh toán khác như D/P (nhờ thu trả ngay- Documents against Payment), D/A (Nhờ thu trả chậm - Documents against acceptance)... để đỡ tốn kém và ít rủi ro hơn. Đây là thói quen thanh toán của các doanh nghiệp Bắc Mỹ nói chung; nhất là đối với hàng thực phẩm, các doanh nghiệp Canada chỉ chấp nhận thanh toán khi có sự đồng ý cho phép nhập khẩu của Cục Kiểm tra Thực phẩm Canada (CFIA).

+ Canada áp dụng hạn ngạch và hạn ngạch thuế đối với một số sản phẩm nông nghiệp và hàng dệt may. Các nhà sản xuất phải mua hạn ngạch sản xuất để tham gia vào thị trường nội địa. Những sản phẩm bị quản lý nguồn cung này chiếm khoảng 25% tổng thu từ nông nghiệp.

Thách thức là không hề nhỏ nhưng không vì thế mà các doanh nghiệp Việt Nam bỏ quên thị trường tiềm năng này. Việt Nam đang đẩy mạnh xuất khẩu nông sản thực phẩm vào Canada, đặc biệt là mặt hàng thủy hải sản, rau củ quả tươi.

***Trong bối cảnh nhu cầu hàng hóa, trong đó có nông thủy sản của Canada có chiều hướng tăng nhờ tăng trưởng tích cực của kinh tế nước này, dự báo kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng nông, thủy sản của Việt Nam tới thị trường Canada trong năm 2017 đạt 367,22 triệu USD, tăng khá mạnh 13% so với năm 2016.***

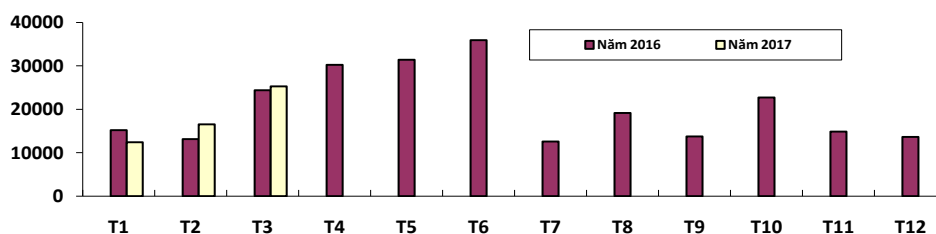
Trong thời gian tới, để tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu nông, thủy sản sang thị trường Canada, các doanh nghiệp Việt Nam cần tuân thủ quy trình gồm các bước chiến lược thâm nhập thị trường, phân loại hàng hóa để xác định tỷ lệ thuế, cung cấp tài liệu và khâu vận

chuyển. Trong đó, nghiên cứu nhu cầu sản phẩm trên thị trường, tìm hiểu môi trường pháp lý và nhà nhập khẩu là những khâu quan trọng cần cân nhắc trước khi đưa hàng xuất khẩu sang thị trường này.

## UAE là thị trường xuất khẩu nông sản tiềm năng của Việt Nam

Theo số liệu thống kê từ Tổng cục hải quan, kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản sang thị trường UAE trong 4 tháng đầu năm 2017 đạt 79 triệu USD, giảm 1,3% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng trong 3 tháng đầu năm 2017 đạt 54,1 triệu USD, tăng 3,0% so với cùng kỳ năm 2016.

### Kim ngạch xuất khẩu nông, thủy sản của Việt Nam tới UAE từ 2016-2017



### Về chủng loại xuất khẩu:

Các Tiểu vương quốc Ả Rập thống nhất (UAE) là thị trường xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam trong khu vực Trung Đông. Trong 3 tháng đầu năm 2017, xuất khẩu các mặt hàng nông, thủy sản của Việt Nam sang UAE gồm 6 mặt hàng chính là: Hạt tiêu, hàng thủy sản, hàng rau quả, hạt điều, gạo, chè.

Với vị trí chiến lược là thị trường trung chuyển và tái xuất cho hàng hóa Việt Nam vào khu vực châu Phi và EU, các doanh nghiệp Việt Nam cần tăng cường các hoạt động xúc tiến thương mại tại UAE để mở rộng thị phần xuất khẩu sang thị trường này trong năm 2017. Nông nghiệp chiếm một phần nhỏ trong nền kinh tế của UAE, chỉ chiếm 1% GDP của nước này. Chỉ có 6,5 % đất của UAE là thích hợp cho nông nghiệp, và đây là khó khăn để nước này trồng các loại cây hiệu quả kinh tế do điều kiện nhiệt độ nóng, ít mưa, và đất sa mạc cằn cỗi. Chính vì vậy, UAE là một nước nhập khẩu lương thực ròng lớn, do sản xuất ngũ cốc trong nước không đáng kể.

### Mặt hàng gạo:

Trong thập kỷ qua, dân số UAE đã tăng trung bình 3%, ước tính khoảng 9,9 triệu người vào năm 2016. Dân số UAE gồm khoảng 85% người nước ngoài, chủ yếu là Nam Á, Iran, và Ả Rập. Trong đó doanh số bán hàng và dịch vụ, lực lượng lao động từ Nam Á chiếm 80%. Một số lượng ít hơn là các công nhân đến từ nước như Anh, Nam Phi, Mỹ, Canada, Pháp, Ôxtrâlylia và những công dân này nắm giữ hầu hết các công việc từ văn phòng. Sự đa dạng dân số đóng một vai trò quan trọng trong thói quen tiêu dùng, chính vì vậy nhu cầu hàng hóa tại thị trường UAE rất đa dạng.

Gạo là lương thực ưa thích của đa số người dân sống tại UAE. Đất nước này có tỷ lệ tiêu thụ gạo bình quân đầu người cao nhất trên thế giới. Khi thu nhập tăng, mọi người có thể đủ khả năng để chuyển sang các sản phẩm có giá trị cao như thịt, sản phẩm từ sữa,

trái cây và rau quả có thể dẫn đến sự sụt giảm trong tiêu thụ gạo. Việc tiêu thụ gạo bình quân đầu người cao không cân xứng với sự phân phối thu nhập tại UAE. Trong khi thu nhập bình quân đầu người tổng thể của UAE là cao và được đặt trong khung các nước phát triển, mức tiêu thụ gạo bình quân đầu người tương đương với một quốc gia đang phát triển. Do một tỷ lệ lớn dân số là lao động người nước ngoài châu Á ký hợp đồng với mức lương thấp, lao động chủ yếu từ Ấn Độ, Bangladesh và Philippines. Nhiều người trong số những người lao động được cung cấp thực phẩm từ các trang trại, doanh nghiệp mà họ làm việc và gạo là lương thực chính với giá rẻ nhất. Món ăn dựa vào gạo là những bữa ăn với giá rẻ nhất có thể được mua tại các nhà hàng cấp thấp phục vụ cho phân khúc dân số này. Emiratis và người nước Ả Rập khác cũng là đối tượng tiêu dùng gạo thường xuyên với Biryani, Mandi, và Madhbi là món cơm phổ biến. Tuy nhiên, một tỷ lệ cao của gạo lãng phí nhất là trong các bữa tiệc lớn, tiệc cưới và các sự kiện. Gạo basmati của Ấn Độ là loại gạo phổ biến nhất tại UAE. Ấn Độ là nước xuất khẩu gạo basmati lớn nhất, chiếm hơn 80% thị phần thương mại toàn cầu, tiếp theo UAE nhập khẩu chủ yếu gạo từ Pakistan.

Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường UAE trong 3 tháng năm 2017 đạt trị giá gần 5,3 triệu USD, tăng 15,1% so với cùng kỳ năm 2016. Tính riêng tháng 3/2017 xuất khẩu mặt hàng này đạt 1,75 triệu USD, tăng 28% so với tháng 12/2017.

Gạo thơm là chủng loại xuất khẩu của Việt Nam nhiều nhất sang UAE trong 3 tháng năm 2017 đạt trị giá 3,17 triệu USD, chiếm 60% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường này, tăng 30,2% so với cùng kỳ năm ngoái.

Gạo trắng là chủng loại xuất khẩu đứng vị trí tiếp theo đạt 2,01 triệu USD, gạo lứt đạt 13,2 nghìn USD, gạo nếp đạt 12 nghìn USD.

Giá xuất khẩu gạo của Việt Nam sang UAE trong 3 tháng ở mức 513 USD/tấn, giảm 1,3% so với cùng kỳ năm 2016. Trong đó, giá xuất khẩu gạo thơm giảm 0,2% so với cùng kỳ năm trước, đạt 523 USD/tấn. Trong khi đó, gạo trắng tăng 0,2% so với cùng kỳ năm 2016, đạt 499 USD/tấn, gạo lứt tăng 22,1%, đạt 551 USD/tấn.

**Với vị trí địa lý không thuận lợi**, UAE là một nước nhập khẩu lương thực ròng lớn, do sản xuất ngũ cốc trong nước không đáng kể. Đây là cơ hội lớn để doanh nghiệp xuất khẩu gạo của Việt Nam tăng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường UAE trong thời gian tới.

### **Mặt hàng rau quả:**

Do điều kiện tự nhiên, khí hậu không thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp nên UAE phụ thuộc vào nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ nội địa. Theo số liệu thống kê, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của UAE năm 2014 đạt gần 3,2 tỷ USD, 2015 đạt khoảng 2,6 tỷ USD và trên 2,5 tỷ USD năm 2016. Trong đó, UAE nhập khẩu từ khoảng 20 quốc gia, chủ yếu từ Hoa Kỳ, Ấn Độ và Nam Phi, với các loại trái cây như táo, lê, các loại trái cây họ cam, rau củ tươi v.v... Hàng hóa nhập khẩu vào UAE không chỉ để phục vụ tiêu dùng của người dân UAE mà còn để phục vụ khách du lịch và người lao động nhập cư.

Theo số liệu Hải quan Việt Nam, kim ngạch xuất khẩu hàng rau quả của Việt Nam sang thị trường UAE trong 3 tháng năm 2017 đạt 8,86 triệu USD, tăng 103,5% so với cùng kỳ năm 2016. Riêng tháng 3/2017 xuất khẩu mặt hàng này đạt 3,52 triệu USD, tăng 25% so với tháng 2/2017 và tăng 101,5% so với tháng 3/2016.

Trong những năm qua, Việt Nam tại UAE đã phối hợp với các đơn vị chức năng, doanh nghiệp của hai nước tổ chức các sự kiện quảng bá các sản phẩm nông sản, trái cây

của Việt Nam tại các siêu thị của UAE như: Ngày vải thiều tại UAE, Tuần lễ hàng nông sản Việt Nam tại UAE... đã thu hút được sự quan tâm của người tiêu dùng UAE. Hiện tại, nhóm hàng nông sản và trái cây Việt Nam đã tiếp cận được một số hệ thống siêu thị của UAE, các mặt hàng rau quả như chuối, thanh long, chôm chôm, nhãn, vải, măng cụt, hồng xiêm, xoài, ổi đang được bán tại các siêu thị với giá tốt, được người tiêu dùng UAE ưa chuộng.

Trong bối cảnh Chính phủ UAE đang thắt chặt quản lý về vệ sinh an toàn thực phẩm đối với các loại rau củ quả nhập khẩu, các doanh nghiệp xuất khẩu đang làm ăn hoặc đang có ý định tiếp cận thị trường UAE cần lưu ý tới các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm của UAE đặc biệt đối với vấn đề dư lượng thuốc trừ sâu. Đây vừa là thách thức vừa là cơ hội tốt cho sản phẩm rau củ quả của Việt Nam tiếp tục khẳng định vị thế của mình tại thị trường UAE.

**Mặt hàng hạt tiêu:**

Hạt tiêu hiện là mặt hàng đạt giá trị xuất khẩu lớn nhất của Việt Nam sang thị trường UAE, chiếm 40,1% tổng kim ngạch xuất khẩu, đạt 21,7 triệu USD, giảm 4,7% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng, tháng 3/2017 xuất khẩu mặt hàng này đạt 12,8 triệu USD, tăng 75,7% so với tháng 2/2017 nhưng lại giảm 3,8% so với tháng 3/2016.

Giá tiêu xuất khẩu bình quân 3 tháng đầu năm 2017 sang UAE đạt 5.611 USD/tấn, giảm 23,2% so với cùng kỳ năm 2016.

**Mặt hàng thủy sản:**

Xuất khẩu thủy sản trong 3 tháng năm nay sang UAE đạt kim ngạch 10,1 triệu USD, giảm 32,5% so với cùng kỳ năm 2016. Tính riêng, tháng 3/2017 xuất khẩu sang thị trường này đạt kim ngạch 3,99 triệu USD, tăng 21,3% so với tháng 2/2017 nhưng lại giảm 33,3% so với tháng 3/2016.

**Các mặt hàng nông, thủy sản xuất khẩu sang thị trường UAE 3T và T3/2017**

(ĐVT: nghìn USD)

Tên hàng	3T/17	% so 3T/16	T3/17	% so T2/17	% so T3/16
Hạt tiêu	21.732	-4,7	12.892	75,7	-3,8
Hàng thủy sản	10.155	-32,5	3.994	21,3	-33,3
Hàng rau quả	8.868	103,5	3.520	25,0	101,5
Hạt điều	6.778	40,8	2.404	72,7	97,2
Gạo	5.296	15,1	1.750	28,0	-2,7
Chè	1.357	40,2	736	130,8	185,1

**- Danh sách doanh nghiệp xuất khẩu theo mặt hàng.**

**Top 20 doanh nghiệp xuất khẩu hàng gạo đạt kim ngạch lớn sang UAE 3T/2017**

(ĐVT: nghìn USD)

Tên doanh Nghiệp	Trị giá
Cty TNHH XNK Đại Dương Xanh	1.119
Cty Lương thực Long An	890
Cty Lương Thực Tiền Giang	749
Cty TNHH Đa Năng	375
Cty CP Quốc Tế Gia	336

Cty TNHH 1TV Quang Phát	334
Cty TNHH Dương Vũ	257
Cty CP Tập Đoàn INTIMEX	238
Cty TNHH XNK Và Chế Biến Lương Thực Cần Thơ	210
Doanh Nghiệp TN Thành Lợi	197
DNTN Trung Thạnh	190
Cty CP Xây Lắp-Cơ Khí và Lương Thực Thực Phẩm	95
Cty CP Nông Nghiệp Công Nghệ Cao Trung An	86
DNTN Khánh Tâm	85
Cty CP Nông Sản Vinacam	28
Cty TNHH Đầu tư và phát triển công nghệ An Đình	25
Cty TNHH Phước Thành 2	24
Cty CP XNK Đồng Tháp Mười	24
Cty CP Gentraco	23
Cty CP Hoàng Minh Nhật	10

**Top doanh nghiệp xuất khẩu hàng rau quả đạt kim ngạch lớn sang UAE trong 3T/2017 (ĐVT: nghìn USD)**

Tên doanh nghiệp	Trị giá
Cty TNHH TM Dịch Vụ Xaxa	2.907
Cty TNHH 1TV rau quả nhiệt đới con Kiến	1.441
Cty TNHH TM Dịch Vụ ánh Dương Sao	829
Cty TNHH Thực Phẩm YERGAT	515
Cty TNHH Mỹ Phẩm Triết Lan	363
CN Tổng Cty TM Hà Nội Tại Thành Phố HCM (Hapro)	349
Cty TNHH E.K Prima (VN)	232
Cty TNHH Đầu Tư Hoàn Châu	209
Cty CP Thực Phẩm Tinh Túy	164
Cty TNHH TM - Dịch Vụ - XNK Mekong Lime	136
Doanh Nghiệp Tư Nhân Rau Quả Bình Thuận	128
Cty CP XNK Bắc Ninh.	126
Cty CP Quốc Tế Bamboo	122
Cty CP Nông Sản Cy	119
Cty TNHH Sản Xuất - TM - Dịch Vụ Rồng Đỏ	113
Cty TNHH 1TV Việt Hỉ	105
Cty CP Hoa Trà Đỏ	90
Cty TNHH Thế Giới Việt	74
Cty TNHH Quốc Tế Vinapas VN	71
Cty TNHH 1TV XNK Thủy Sản Nghi Sơn	69
Cty LIÊN DOANH ORANA VN	68
Cty TNHH Giản Thị - Market Simple	59
Cty TNHH XNK Phương Đông Thủy	53
CN Cty CP XNK Và Hợp Tác Đầu Tư Vilexim	52

**3. Đánh giá triển vọng, dự báo và đề xuất**

Những năm gần đây, kim ngạch thương mại giữa Việt Nam và Các Tiểu vương quốc Ảrập thống nhất (UAE) có sự tăng trưởng khá nhanh. Nhu cầu lớn, mức tiêu dùng cao, UAE đang là thị trường xuất khẩu đầy hấp dẫn của doanh nghiệp Việt Nam.

Hiện nay, Thương vụ Việt Nam tại UAE đang tập trung hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu hàng hóa sang UAE, đặc biệt là nhóm hàng nông sản. Đây là nhóm hàng xuất phát từ

thị hiếu, nhu cầu của UAE và được kỳ vọng sẽ mang lại những kết quả tích cực bởi đây là những mặt hàng mà Việt Nam có thể mạnh.

Để đẩy mạnh xuất khẩu, tận dụng cơ hội tại thị trường UAE, doanh nghiệp cần tăng cường công tác xúc tiến thương mại; cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng hàng hóa; triển khai khu trưng bày hàng thực phẩm, nông sản, trái cây của Việt Nam vào các hệ thống siêu thị tại UAE như: Al Maya, Union Corps, Choithrams, Lulu, Carefour...

Bộ Môi trường và Biến đổi khí hậu (MOCCA) Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (UAE) vừa ban hành lệnh cấm nhập khẩu một số loại rau quả từ 5 nước Trung Đông gồm Ai Cập, Oman, Jordan, Lebanon và Yemen do có dư lượng thuốc trừ sâu vượt quá giới hạn cho phép. Lệnh cấm này bắt đầu có hiệu lực từ ngày 15/5/2017 để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng UAE. Theo đó, các loại rau củ quả bị cấm nhập khẩu gồm: các loại ớt chuông từ Ai Cập; bắp cải, cải thảo, rau diếp, bí, đậu và cà tím từ Jordan; các loại táo từ Lebanon; các loại dưa, cà rốt và cải xoong từ Oman; và tất cả các loại trái cây từ Yemen. Do điều kiện tự nhiên, khí hậu không thuận lợi cho sản xuất nông nghiệp nên UAE phụ thuộc vào nhập khẩu để đáp ứng nhu cầu tiêu thụ nội địa.

Hiện tại, nhóm hàng nông sản và trái cây Việt Nam đã tiếp cận được một số hệ thống siêu thị của UAE, các mặt hàng rau quả như chuối, thanh long, chôm chôm, nhãn, vải, măng cụt, hồng xiêm, xoài, ổi đang được bán tại các siêu thị với giá tốt, được người tiêu dùng UAE ưa chuộng. Với lệnh cấm nhập khẩu một số loại rau quả từ 5 nước Trung Đông sẽ là cơ hội tốt cho sản phẩm rau củ quả của Việt Nam tiếp tục khẳng định vị thế của mình tại thị trường UAE.

## **THÔNG TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI**

### **Xây dựng thương hiệu "Tôm Việt Nam sạch, thân thiện với môi trường"**

Việt Nam là quốc gia đứng thứ 3 thế giới về sản xuất tôm và dẫn đầu thế giới về sản xuất tôm sú. Tôm cũng là mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu lớn nhất trong nhóm hàng thủy sản của Việt Nam và đã khẳng định chỗ đứng tại 90 quốc gia, nhưng việc xây dựng thương hiệu cho nó mới chỉ ở những bước đầu. Việc xây dựng thương hiệu cho con tôm Việt Nam đã trở nên cấp bách trong giai đoạn hiện nay.

Trong năm 2016, xuất khẩu tôm của Việt Nam đạt 3,1 tỷ USD, vượt qua Thái Lan để đứng đầu thế giới và thị trường xuất khẩu chính của Việt Nam là Mỹ, EU, Nhật Bản... và trong quý I/2017, kim ngạch xuất khẩu tôm đạt 607 triệu USD. Xuất khẩu tôm năm 2017 dự báo sẽ đạt 3,4 tỷ USD, tăng 9%. Trong đó, tôm chân trắng đạt khoảng 2 tỷ USD, tăng 8%, tôm sú trên 900 triệu USD, tăng 2%.

Theo Tổng Cục Thủy sản, hơn 35 năm qua, diện tích nuôi trồng thủy sản nước ta tăng đều đặn qua từng năm. Từ năm 1981 với 230.000ha đến nay diện tích nuôi đã đạt hơn 1 triệu ha. Trong đó, đáng chú ý diện tích nuôi thủy sản ở vùng mặn, lợ tăng lên, nhất là vào thập niên 1990, nuôi tôm xuất khẩu tăng nhanh, hiệu quả kinh tế có bước nhảy vọt.

Song song đó, thành quả xuất khẩu thủy sản rất ấn tượng, đặc biệt là ngành hàng tôm không ngừng mở rộng thị trường xuất khẩu có giá trị cao. Tuy nhiên, khi nhận diện thị trường ngành hàng đủ lớn mạnh, để tăng sức cạnh tranh trên thương trường, đa số các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản cho rằng, cần xây dựng thương hiệu tôm Việt Nam.

Chỉ đạo của Chính phủ về việc xây dựng thương hiệu sản phẩm chủ lực tôm Việt Nam như đang làm cho gạo đã được đồng đảo cộng đồng doanh nghiệp đồng tình, hoan nghênh. Thế nhưng, có ý kiến so sánh, gạo dễ xây dựng thương hiệu hơn, vì có tiêu chuẩn

chung khi xuất khẩu và chỉ khác nhau về cách đóng gói. Bộ tiêu chuẩn chỉ "chuẩn" khi có cơ sở xây dựng chuẩn "giống lúa". Có thể dễ nhìn "nút thắt" của bộ chuẩn làm thương hiệu gạo là giống lúa. Trong khi so với ngành hàng tôm, con tôm có nhiều chi tiết hơn như loài tôm, giống tôm, quá trình nuôi, kiểm soát chất lượng thức ăn, thuốc thú y thủy sản, thu hoạch, sơ chế, bảo quản đảm bảo tôm sạch theo tiêu chuẩn an toàn vệ sinh thực phẩm quốc tế...

Xây dựng một thương hiệu cần các yếu tố gồm:

- Khả năng kiểm soát hoạt động sản xuất để đưa ra thị trường sản phẩm đồng đều, có tiêu chuẩn và đặc biệt là kiểm soát được chất lượng.

- Khả năng của các doanh nghiệp: khả năng chế biến, mở rộng thị trường, đặc biệt là hình thành sản phẩm riêng để tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Vấn đề này đòi hỏi các doanh nghiệp hội tụ đủ cả nguồn lực về tài chính, con người, công nghệ và sự quyết tâm để vươn ra thị trường thế giới. Thương hiệu tôm chỉ có ý nghĩa khi sản phẩm đến được tay người tiêu dùng với dấu hiệu nhận diện rõ ràng, chất lượng đảm bảo, ổn định và được người tiêu dùng chấp nhận và tin tưởng.

Những khó khăn, thách thức trong xây dựng thương hiệu tôm:

Khó khăn nhất trong xây dựng thương hiệu sản phẩm của Việt Nam nói chung và con tôm nói riêng hiện nay là xây dựng được hình ảnh "Product of Việt Nam". Điều này có nghĩa rằng chúng ta phải hình thành "tiêu chuẩn" mang thương hiệu tôm Việt Nam.

Thách thức lớn nhất để xây dựng thương hiệu tôm Việt Nam, trong bối cảnh các thị trường như EU, Mỹ, Nhật có quy cách chế biến, sở thích mẫu mã chế biến khác nhau, việc kiểm soát phụ gia cũng khác nhau... là lựa chọn loại tôm nào, lấy tiêu chuẩn chất lượng nào để xây dựng thương hiệu, lấy tiêu chuẩn dinh dưỡng, tiêu chuẩn an toàn thực phẩm (tôm sạch) hay tiêu chuẩn về thương mại khác...

Về vấn đề kiểm soát sản xuất: vấn đề giống, dịch bệnh, môi trường vẫn là những thách thức rất lớn trong nuôi trồng tôm. Tôm là loại sản xuất đòi hỏi chi phí lớn, nhưng rủi ro lại cao. Do đó, nếu không có sự ổn định và khả năng kiểm soát về giống, dịch bệnh thì việc áp dụng các điều kiện khác cũng sẽ rất khó khăn. Giải quyết đồng bộ cả về giống, kỹ thuật và khả năng kiểm soát dịch bệnh sẽ là 3 vấn đề thách thức khi xây dựng thương hiệu tôm Việt Nam.

Để xây dựng và duy trì sự ổn định thương hiệu tôm Việt Nam, thì vai trò của doanh nghiệp sẽ phải là nòng cốt, và cần sự hợp tác, đồng thuận của cộng đồng doanh nghiệp trong việc tạo dựng một công cụ chung, một định hướng chung của toàn ngành.

Về vấn đề nguyên liệu, ở Việt Nam hiện nay tôm bố mẹ được cung cấp từ nguồn khai thác tự nhiên, kết hợp với nhập khẩu từ nước ngoài. Chất lượng tôm bố mẹ vẫn chưa ổn định, mặc dù đã được Chính phủ quan tâm đầu tư, song vẫn chưa mang lại kết quả mong muốn. Bên cạnh đó, chúng ta chưa làm chủ công nghệ chọn tạo, cung ứng giống, giá thành sản xuất tôm còn cao, phần lớn hạ tầng vùng nuôi chưa đảm bảo.

Cả nước hiện có khoảng 2.422 cơ sở sản xuất giống tôm nước lợ; trong đó có 1.861 cơ sở sản xuất giống tôm sú và 561 cơ sở sản xuất giống tôm thẻ chân trắng, cung cấp hơn 100 tỷ tôm giống mỗi năm, tuy nhiên, lượng tôm giống này chỉ đáp ứng được một phần nhu cầu nội địa, đặc biệt là tôm chân trắng. Đồng thời việc các chợ tôm giống có nguồn gốc, xuất xứ không rõ ràng, không đủ giấy tờ chứng minh nguồn gốc và kiểm dịch, chất lượng không đảm bảo gây rủi ro cho hoạt động chăn nuôi của người dân.

Tình trạng bơm, chích tạp chất vào tôm nguyên liệu làm mất uy tín thương hiệu tôm Việt Nam. Trước thực trạng này, Chính phủ đã ban hành Đề án kiểm soát ngăn chặn hành vi đưa tạp chất vào tôm nguyên liệu và sản xuất, kinh doanh sản phẩm tôm có tạp chất.



Bên cạnh đó, các cơ quan chức năng cần kịp thời thanh tra, kiểm tra đột xuất, xử lý vi phạm các cơ sở sản xuất, kinh doanh tôm có dấu hiệu đưa tạp chất vào tôm hoặc sản xuất, kinh doanh tôm có chứa tạp chất.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cũng đang tiến hành rà soát, đề xuất, sửa đổi, bổ sung các biện pháp xử phạt vi phạm hành chính đối với các hành vi vi phạm về tạp chất; Bộ Công an phối hợp với Tòa án nhân dân Tối cao, Viện Kiểm sát nhân dân... xác định tội danh đối với hành vi tổ chức, tham gia đưa tạp chất vào tôm nguyên liệu và sản xuất, kinh doanh tôm có chứa tạp chất.

Ngoài việc tăng cường công tác quản lý và hoàn thiện chính sách, pháp luật, thì vấn đề cũng rất quan trọng đó là vấn đề tổ chức sản xuất. Tăng cường việc sản xuất, chế biến theo liên kết chuỗi giá trị.

Tại Hội nghị phát triển ngành tôm Việt Nam đầu năm 2017, bên cạnh việc phải xây dựng thương hiệu tôm trên cơ sở đặc thù, lợi thế từng địa phương, Thủ tướng Nguyễn Xuân Phúc cũng đã đưa ra mục tiêu trước năm 2025, kim ngạch xuất khẩu ngành tôm phải đạt 10 tỷ USD.

Để đạt được mục tiêu đề ra, ngành tôm cần cân đối diện tích nuôi trồng phù hợp với điều kiện tự nhiên, thế mạnh của từng vùng, mở rộng diện tích trong điều kiện có thể để tránh các rủi ro về môi trường và dịch bệnh. Tăng cường áp dụng khoa học công nghệ, đặc biệt là công nghệ cao trong sản xuất tôm thẻ chân trắng.

Việc kiểm soát được vấn đề về giống và dịch bệnh; trong đó đặc biệt là vấn đề dịch bệnh cũng là để hạn chế những rủi ro trong sản xuất. Bên cạnh đó, nâng cao giá trị của sản phẩm thông qua việc kiểm soát về chất lượng, quy trình sản xuất, chứng nhận chất lượng để đáp ứng yêu cầu của các thị trường khó tính.

Ngoài ra, cần phát triển các sản phẩm tôm an toàn, sinh thái nhằm nâng cao giá bán sản phẩm. Mở rộng các sản phẩm chế biến sâu để gia tăng giá trị của sản phẩm.

Những năm trước đây ở Bán đảo Cà Mau có một số diện tích mặt nước nuôi tôm sinh thái dưới tán rừng được công nhận là tôm organic. Tôm nuôi sinh thái trong đất rừng được khách hàng các nước EU mua giá cao hơn gấp rưỡi so với tôm nuôi thông thường. Hiện nay, nước ta có tôm nuôi quảng canh theo mô hình tôm-cá, tôm-lúa... Tuy sản lượng không nhiều, khoảng 300-500 kg/ha/năm nhưng đây chính là ưu thế có thể xây dựng, quảng bá hình ảnh tôm sạch thân thiện môi trường.

Thời gian gần đây, người nuôi tôm ở vùng ven biển Sóc Trăng, Bạc Liêu còn nuôi thâm canh, sử dụng mô hình nuôi có vi sinh (nuôi biofloc) như Indonesia (lấy nước biển, sạch, an toàn) đang được các cơ quan chức năng khuyến cáo. Tuy vậy, tôm nuôi thâm canh trong vùng còn tùy thuộc vào thực tế vùng nuôi, đòi hỏi điều kiện kiểm soát môi trường nước nuôi tôm thật tốt.

Theo các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu tôm có sản lượng lớn ở vùng Bán đảo Cà Mau, hiện nay, tôm Việt Nam xuất khẩu có 3 thị trường lớn là EU, Nhật Bản, Mỹ. Về quy cách chế biến, mỗi thị trường có sở thích mẫu mã chế biến khác nhau, việc kiểm soát phụ gia cũng khác nhau. Do đó, cách đơn giản hơn, dễ làm hơn là quảng bá xây dựng thương hiệu con "Tôm Việt Nam sạch, thân thiện môi trường".

## **Xây dựng thương hiệu gạo Cà Mau**

Tỉnh Cà Mau đang tập trung xây dựng thương hiệu gạo đặc trưng của địa phương; đồng thời chú trọng xúc tiến thương mại, quảng bá, giới thiệu rộng rãi các sản phẩm mang

thương hiệu gạo Cà Mau sau khi được chứng nhận đạt tiêu chuẩn chất lượng cao đến với thị trường trong và ngoài nước.

Nhiều sản phẩm gạo của Cà Mau tuy đạt chất lượng tốt, nhưng do chưa xây dựng được thương hiệu nên gạo của tỉnh rất khó cạnh tranh với thương hiệu gạo ở các tỉnh trong khu vực. Tuy nhiên, muốn nâng cao giá trị, tăng sức cạnh tranh cho ngành hàng chủ lực này thì cơ quan chức năng quan tâm thực hiện tốt chủ trương tái cơ cấu ngành hàng lúa chất lượng cao, đẩy mạnh xúc tiến xây dựng thương hiệu gạo Cà Mau.

Tiếp đến là liên kết với doanh nghiệp để quảng bá, giới thiệu rộng rãi sản phẩm gạo đặc sản mang thương hiệu Cà Mau tại các đại lý, cửa hàng, siêu thị trong và ngoài tỉnh. Từ thực tế trên, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh đã có kế hoạch thực hiện tái cơ cấu ngành hàng lúa chất lượng cao, xem đây là yêu cầu cấp thiết.

Các huyện Trần Văn Thời, Thới Bình, U Minh và thành phố Cà Mau là những địa phương được tỉnh chọn chỉ đạo triển khai sản xuất lúa chất lượng cao theo quy mô tập trung; tổ chức lại liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị, ứng dụng đồng bộ tiến bộ kỹ thuật, chuyển đổi cơ cấu giống lúa, chứng nhận lúa đạt tiêu chuẩn VietGAP..., tiến tới xây dựng vùng nguyên liệu chuyên canh lúa có sản lượng lớn.

Mục tiêu đến năm 2020, Cà Mau xây dựng vùng chuyên canh sản xuất lúa chất lượng cao theo chuỗi giá trị đạt quy mô 90.000 ha, sản lượng lúa đạt 641.000 tấn. Cụ thể, giai đoạn 2016 -2017, Cà Mau thực hiện tái cơ cấu ngành hàng lúa chất lượng cao đạt quy mô 30.000 ha và giai đoạn 2018 - 2020 đạt quy mô 60.000 ha. Trong đó, tỉnh quy hoạch phát triển diện tích chuyên canh sản xuất lúa cao sản đạt 36.500 ha, sản xuất luân canh một vụ lúa trên đất nuôi tôm đạt 46.000 ha, sản xuất lúa mùa đặc sản đạt 6.500 ha, sản xuất lúa hữu cơ đạt 1.000 ha và sản xuất lúa theo hướng VietGAP đạt 10.000 ha.

## **Nhãn lồng Hưng Yên được xây dựng chỉ dẫn địa lý**

Vừa qua, Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Hưng Yên đã tổ chức hội nghị nghiệm thu dự án Xây dựng và quản lý chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm nhãn lồng Hưng Yên.

Dự án đã xây dựng được cơ sở khoa học và thực tiễn phục vụ việc đăng ký chỉ dẫn địa lý Hưng Yên cho sản phẩm nhãn lồng của tỉnh với các đặc điểm về hình thái và chất lượng nhãn lồng Hưng Yên. Hầu hết các chỉ tiêu hình thái quả gồm: Trọng lượng, chiều cao, đường kính, độ dày cùi... đều có giá trị lớn hơn khi so sánh với các giống nhãn ở Hà Nội, Bắc Giang và Sơn La.

Dự án đã xác định được bản đồ chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm nhãn lồng Hưng Yên. Để phù hợp với sản xuất và phát triển nhãn lồng, dự án đề nghị đưa vào xây dựng chỉ dẫn địa lý là 3.500ha.

Cùng với việc đề xuất vùng chỉ dẫn địa lý nhãn lồng Hưng Yên, dự án cũng đã xây dựng được hệ thống nhận diện (tem, nhãn, bao bì sản phẩm) và các phương tiện quảng bá sản phẩm nhãn lồng Hưng Yên; xây dựng hệ thống các văn bản làm cơ sở cho việc quản lý.

## **Nhiều loại trái cây đặc sản ở Đồng Tháp được liên kết tiêu thụ**

Các loại trái cây đặc sản ở tỉnh Đồng Tháp như: xoài, nhãn, quýt đường... đang được các công ty liên kết bao tiêu sản phẩm để tiêu thụ trong nước và xuất khẩu. Được biết tổng diện tích trồng cây ăn trái của tỉnh Đồng Tháp hơn 25.000 ha, trong đó trồng nhiều nhất là xoài gần 9.000 ha, nhãn hơn 4.000 ha, quýt đường hơn 1.000 ha. Sản lượng hằng năm gần 100.000 tấn trái.

Cây xoài ở thành phố Cao Lãnh và huyện Cao Lãnh đã được liên kết với Công ty Long Uyên, Công ty TNHH một thành viên Anh Nhân, Công ty VinEco, Công ty Agricare

Việt Nam vừa qua tiêu thụ hơn 13.000 tấn xoài cát Hòa Lộc, Chu... Đa số các loại xoài liên kết trồng theo mô hình VietGap giá cao hơn xoài thường từ 5.000-10.000 đồng/kg, lãi từ 200-220 triệu đồng/ha.

Đặc biệt Xoài trồng theo hợp đồng liên kết xuất khẩu, được vùng trồng xoài ở huyện Cao Lãnh thực hiện hơn 2 năm qua, bình quân mỗi tháng xuất khẩu từ 100-200 tấn ra các thị trường như: Nhật Bản, Hàn Quốc, Hong Kong (Trung Quốc), New Zealand. Bình quân mỗi kg xoài được xuất khẩu giá cao hơn xoài bình thường từ 3.000-5.000 đồng/kg.

Đối với cây quýt đường đã được Tập đoàn VinGroup ký hợp đồng liên kết với tổ GlobalGAP quýt đường xã Vĩnh Thới, huyện Lai Vung tiêu thụ 1 tấn/tháng với giá từ 34-37 ngàn đồng/kg, giá cao hơn ngày tết từ 5-10 ngàn đồng/kg.

UBND tỉnh Đồng Tháp đưa ra mục tiêu trong năm 2017 là liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản cũng như nhân rộng mô hình, tạo vùng nguyên liệu tập trung, có chất lượng đồng đều, đáp ứng nhu cầu tiêu thụ của thị trường, của các công ty, doanh nghiệp. Cùng với đó là tạo thị trường tiêu thụ ổn định cho các nông sản chủ lực địa phương để tiêu thụ trong nước và xuất khẩu ra nước ngoài.

## **Từ 9-12/8: Triển lãm Quốc tế Thực phẩm và Đồ uống Việt Nam 2017**

VIETFOOD & PROPACK VIETNAM 2017 là một hoạt động xúc tiến thương mại quan trọng của ngành Công thương Việt Nam.

Thời gian: Từ 09/08 đến 12/08/2017

Địa điểm: Trung tâm Triển lãm và Hội nghị Sài Gòn (SECC) – 799 Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Quận 7, Tp. Hồ Chí Minh.

VIETFOOD & PROPACK VIETNAM 2017 là một hoạt động xúc tiến thương mại quan trọng của ngành Công thương Việt Nam, trưng bày và giới thiệu các sản phẩm Thực phẩm chế biến, Đồ uống, Dịch vụ cung ứng khách sạn, nhà hàng, Công nghệ Thiết bị chế biến, Bao bì và Đóng gói Thực phẩm, Đồ uống....

Với quy mô ngày càng mở rộng cả về chất lượng và số lượng, Triển lãm đã và đang nhận được sự đánh giá cao của Thành phố, các Sở Ban ngành, các doanh nghiệp và khách tham quan,... đảm bảo mục tiêu mở rộng kinh doanh, phát triển thị trường, đẩy mạnh xuất khẩu đối với các công ty trong nước và tìm kiếm đại lý phân phối tại Việt Nam đối với các công ty nước ngoài.

Bên cạnh lĩnh vực Thực phẩm chế biến và Đồ uống, triển lãm năm nay còn thu hút sự tham gia của nhiều công ty trưng bày và giới thiệu các thiết bị công nghệ tiên tiến nhất trong lĩnh vực chế biến, bao bì đóng gói, nhãn mác thực phẩm và đồ uống

## **Từ 6- 9/12: Hội chợ Thương mại Quốc tế Việt Nam lần thứ 15 tại thành phố Hồ Chí Minh**

Vietnam Expo tại TP. Hồ Chí Minh là hội chợ thương mại có quy mô lớn tại Việt nam, đạt được nhiều thành công về hiệu quả và chất lượng trong giao dịch thương mại.

Thời gian: Từ 06/12 - 09/12/2017

Địa điểm: Trung tâm Triển lãm và Hội nghị Sài Gòn (SECC) – 799 Đại lộ Nguyễn Văn Linh, Quận 7, Tp. Hồ Chí Minh.

Vietnam Expo tại TP. Hồ Chí Minh là hội chợ thương mại có quy mô lớn tại Việt Nam, đạt được nhiều thành công về hiệu quả và chất lượng trong giao dịch thương mại, là điểm đến quan trọng, cầu nối giao thương dành cho các doanh nghiệp Việt Nam và Quốc tế gặp gỡ, trao đổi hợp tác kinh doanh, thúc đẩy phát triển thương mại và đầu tư.

Ngoài khu gian hàng quốc gia danh dự nổi bật, Hội chợ còn đón nhận sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp Hàn Quốc do Chính quyền và các tổ chức xúc tiến thương mại đến từ các tỉnh, thành tổ chức, như: Phòng Thương mại và Công nghiệp Bucheon (BCC), Chính quyền nhân dân TP. Incheon, TP. Suwon, TP. Daejeon, GSBC & Kotra, GIDF, JS BIO v.v...

Ngoài hiệu quả đối với các doanh nghiệp nước ngoài, Vietnam Expo 2017 tại TP. Hồ Chí Minh cũng là lựa chọn để các doanh nghiệp Việt Nam trưng bày, giới thiệu, quảng bá sản phẩm trực tiếp tới trên 10,000 khách tham quan thương mại trong bốn ngày triển lãm. Theo tổng kết đánh giá của các doanh nghiệp Việt Nam tham dự 14 kỳ Hội chợ trước đây, Vietnam Expo thật sự là cầu nối hữu hiệu giúp doanh nghiệp Việt Nam mở rộng mạng lưới tiêu thụ nội địa cũng như tìm kiếm đối tác xuất khẩu ra các nước.

### **Doanh nghiệp Hàn Quốc có nhu cầu nhập khẩu cơ chế biên sãn**

Một doanh nghiệp Hàn Quốc chuyên kinh doanh phân phối các sản phẩm nước chấm có nhu cầu nhập khẩu cơ chế biên sãn theo kiểu Việt Nam để cung cấp cho hệ thống các nhà hàng món ăn Việt Nam tại Hàn Quốc. Khối lượng khoảng 10-20 tấn/tháng, cảng đến Incheon, thanh toán L/C.

Doanh nghiệp quan tâm đề nghị liên hệ với Thương vụ Việt Nam tại Hàn Quốc:

Embassy of Viet Nam in the Republic of Korea, Trade Office

Add: 6th Floor, Golden Bridge Build., Chungjeongno 3-ga, No.222, Seodaemun-Gu, Seoul, 120-708

Tel: (82-2) 364-3661; Fax: (82-2) 364-3664;

HP: 82-10-4342-6868; Email: kr@moit.gov.vn; trungct@moit.gov.vn

## **THÔNG TIN CHÍNH SÁCH**

### **Giảm lãi suất cho vay 0,5-1,5% cho nông nghiệp công nghệ cao**

Ngân hàng Nhà nước Việt Nam (NHNN) vừa có Quyết định số 813/QĐ-NHNN về chương trình cho vay khuyến khích phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sạch theo Nghị quyết 30/NQ-CP ngày 07/3/2017 của Chính phủ.

Theo đó, đối tượng vay vốn (khách hàng) bao gồm pháp nhân và cá nhân có nhu cầu vay vốn để thực hiện dự án, phương án sản xuất – kinh doanh nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sạch theo tiêu chí xác định chương trình, dự án nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sạch quy định tại Quyết định số 738/QĐ-BNN-KHCN ngày 14/3/2017 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.

Ngân hàng thương mại cho khách hàng vay vốn để thực hiện chương trình, đảm bảo phù hợp với nguyên tắc cho vay, vay vốn và điều kiện vay vốn quy định tại Điều 4 và Điều 7 Thông tư số 39/2016/TT-NHNN.

Ngân hàng thương mại cho vay đối với các nhu cầu vốn ngắn, trung và dài hạn bằng đồng Việt Nam của khách hàng để thực hiện chương trình với lãi suất thấp hơn từ

0,5%/năm đến 1,5%/năm so với mức lãi suất cho vay thông thường cùng kỳ hạn của ngân hàng thương mại, phù hợp với quy định tại Thông tư 39/2016/TT-NHNN.

Nguồn vốn cho vay chương trình do các ngân hàng thương mại cân đối từ nguồn vốn huy động trên thị trường để thực hiện; mức cho vay do thỏa thuận phù hợp với quy định tại Điều 12 Thông tư 39/2016/TT-NHNN.

Về tài sản bảo đảm cho khoản vay, ngân hàng thương mại và khách hàng thỏa thuận việc áp dụng biện pháp bảo đảm tiền vay hoặc không áp dụng biện pháp bảo đảm tiền vay phù hợp với quy định của pháp luật. Khách hàng vay vốn theo chương trình được sử dụng tài sản hình thành từ vốn vay làm tài sản bảo đảm cho khoản vay theo quy định của pháp luật.

Khách hàng khó khăn trong việc trả nợ vay do nguyên nhân khách quan, bất khả kháng được ngân hàng thương mại chủ động xem xét: Cơ cấu lại thời hạn trả nợ để phù hợp với khả năng trả nợ của khách hàng. Khi cơ cấu lại thời hạn trả nợ, ngân hàng thương mại cho vay được giữ nguyên nhóm nợ 01 lần đối với một khoản nợ; cho vay mới để phục hồi sản xuất – kinh doanh đối với khách hàng có dự án, phương án sản xuất – kinh doanh khả thi.

Căn cứ quy định hiện hành và khả năng tài chính của mình, ngân hàng thương mại xem xét thực hiện các biện pháp hỗ trợ khác (bao gồm cả miễn, giảm lãi vay, lãi quá hạn; ưu tiên thu nợ gốc trước thu nợ lãi sau) nhằm giúp khách hàng khắc phục khó khăn, phục hồi sản xuất – kinh doanh.

## **Tạm ngừng chứng nhận ATTP đối với các lô hàng cá da trơn không đạt yêu cầu**

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn vừa ban hành Quyết định số 1456/QĐ-BNN-QLCL về việc kiểm tra, chứng nhận an toàn thực phẩm đối với lô hàng cá bộ Siluriformes xuất khẩu vào Mỹ.

Theo đó, kể từ ngày 17/4 đến hết ngày 31/8/2017, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn sẽ áp dụng chế độ kiểm tra, lấy mẫu kiểm nghiệm chứng nhận an toàn thực phẩm đối với từng lô hàng cá thuộc bộ Siluriformes xuất khẩu vào Mỹ.

Các chỉ tiêu kiểm nghiệm gồm: Salmonella, Malachite Green/Leuco Malachite Green, Enrofloxacin/Ciprofloxacin, Crystal Violet/Leuco Crystal Violet và Nitrofurazone (SEM).

Đặc biệt, chỉ những lô hàng cá bộ Siluriformes sản xuất tại các cơ sở có tên trong danh sách các cơ sở được phép chế biến, xuất khẩu cá bộ Siluriformes vào Mỹ và có kết quả kiểm tra, kiểm nghiệm đạt yêu cầu mới được cấp giấy chứng nhận an toàn thực phẩm để xuất khẩu vào thị trường này.

Cục Quản lý chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn) sẽ tạm ngừng kiểm tra, chứng nhận an toàn thực phẩm đối với các lô hàng cá bộ Siluriformes xuất khẩu vào Mỹ của cơ sở có lô hàng bị cơ quan thẩm quyền của Mỹ cảnh báo không đạt yêu cầu về chất lượng và an toàn thực phẩm cho đến khi cơ sở hoàn thành điều tra nguyên nhân lô hàng bị cảnh báo, thiết lập và thực hiện các biện pháp khắc phục phù hợp và được Cục Quản lý chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản thẩm tra đạt yêu cầu.

Được biết, từ 1/9/2017, cá da trơn và cá tra được chính quyền Mỹ chính thức công nhận như là một loài cá da trơn, dù sản xuất trong nước hoặc nhập khẩu sẽ phải chịu sự giám sát của Bộ Nông nghiệp Mỹ (USDA).

Tính đến nay, Việt Nam có 62 cơ sở trong danh sách xuất khẩu các sản phẩm cá họ Siluriformes vào thị trường này. Như vậy, cá tra (kể cả cá ba sa) Việt Nam khi xuất khẩu vào Mỹ sẽ phải tuân thủ những yêu cầu và quy định rất nghiêm ngặt, mà theo FSIS (Cơ quan Thanh tra và An toàn thực phẩm của Mỹ), chỉ được nhập khẩu vào nếu chứng minh có sự tương đồng về nuôi tại Việt Nam với việc nuôi tại Mỹ.

## TIN VĂN

✓ Theo báo cáo thủy sản mới nhất của FAO về tôm nuôi, sản xuất tôm toàn cầu năm 2016 tiếp tục trì trệ. Sản xuất tôm tại Việt Nam và Trung Quốc giảm do dịch bệnh triền miên. Tại Việt Nam, năng suất trung bình giảm 50% so chất lượng tôm giống thấp và tăng trưởng chậm. Vì vậy, cả Trung Quốc và Việt Nam đều phải nhập khẩu lượng tôm lớn để gia công xuất khẩu. Sản xuất tôm tại Ấn Độ và Indonesia – 2 nước sản xuất tôm lớn khác tại châu Á, thấp hơn so với dự báo trong năm 2016. Trong khi đó, sản xuất tôm nuôi tại Thái Lan lại tăng, dẫn tới mức tăng xuất khẩu 28% lên 150.000 tấn trong năm 2016. Hơn 40% lượng tôm xuất khẩu của Thái Lan là các sản phẩm giá trị gia tăng.

✓ Từ ngày 20 - 29/6 tới đây, Ủy ban châu Âu (EU) sẽ thanh tra hệ thống kiểm soát an toàn thực phẩm thủy sản của Việt Nam xuất khẩu vào khu vực này. Hiện, Bộ NN&PTNT đang rất ráo yêu cầu các đơn vị và các doanh nghiệp có ý kiến để báo cáo đoàn thanh tra, chuẩn bị điều kiện để hàng thủy sản có thể xuất sang EU, đặc biệt là các doanh nghiệp có lô hàng xuất khẩu bị trả lại. Do đó, tất cả các khâu liên quan đến an toàn thực phẩm trong nuôi thủy sản đều được thanh tra, từ cấp phép cho lưu hành thức ăn thủy sản, thuốc thú y, sản phẩm phục vụ nuôi thủy sản, sử dụng thuốc thú y trong quá trình nuôi, tới việc đảm bảo an toàn thực phẩm trong quá trình chế biến ở các nhà máy. Cùng đó, Cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản (NAFIQAD) đã đề xuất Bộ NN&PTNT xem xét ban hành quyết định ngừng cấp chứng thư cho các lô hàng thủy sản sản xuất từ các cơ sở có lô hàng bị cơ quan thẩm quyền EU cảnh báo hóa chất, kháng sinh. Việc cấp chứng thư sẽ được thực hiện trở lại khi doanh nghiệp có báo cáo điều tra nguyên nhân và thực hiện các biện pháp khắc phục được thẩm tra phù hợp.

✓ Cùng với mục tiêu hướng tới xuất khẩu tôm đạt 10 tỷ USD vào năm 2020 mà Chính phủ đã đặt ra, tỉnh Cà Mau đã xây dựng Đề án “Nâng cao năng suất, chất lượng, hiệu quả và phát triển bền vững ngành tôm tỉnh Cà Mau đến năm 2020, định hướng đến năm 2030” nhằm đưa ngành tôm địa phương phát triển toàn diện cả chiều rộng lẫn chiều sâu một cách hiệu quả, bền vững. Trong đó, tổng diện tích nuôi tôm đến năm 2020 ổn định khoảng 280.000 ha. Năng suất nuôi tôm bình quân khoảng từ 1.000 kg/ha/năm trở lên; Kim ngạch xuất khẩu 2 tỷ USD. Đến năm 2030, sản lượng tôm nuôi 412.250 tấn, giá trị kim ngạch xuất khẩu 3 tỷ USD, góp phần nâng cao giá trị GDP của tỉnh. Dự kiến, nguồn vốn thực hiện Đề án trong giai đoạn 2017 - 2020 là 21.952 tỷ đồng và giai đoạn 2021 - 2030 là 28.473 tỷ đồng, từ nhiều nguồn khác nhau.

## TIN THẾ GIỚI

**UAE cấm nhập rau, trái cây từ 5 quốc gia Trung Đông do dư lượng thuốc trừ sâu**

Bộ Môi trường và Biến đổi khí hậu (MOCCA) Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (UAE) vừa ban hành lệnh cấm nhập khẩu một số loại rau quả từ 5 nước Trung Đông gồm Ai Cập, Oman, Jordan, Lebanon và Yemen do có dư lượng thuốc trừ sâu vượt quá giới hạn cho phép. Lệnh cấm này bắt đầu có hiệu lực từ ngày 15/5/2017 để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng UAE.

Theo đó, các loại rau củ quả bị cấm nhập khẩu gồm: các loại ớt chuông từ Ai Cập; bắp cải, cải thảo, rau diếp, bí, đậu và cà tím từ Jordan; các loại táo từ Lebanon; các loại dưa, cà rốt và cải xoong từ Oman; và tất cả các loại trái cây từ Yemen.

Bộ này cũng yêu cầu các Bộ chức năng của 5 quốc gia trên cần tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm của UAE, lệnh cấm sẽ được hủy bỏ khi các yêu cầu về an toàn thực phẩm được đáp ứng và 5 quốc gia trên cung cấp được các giấy tờ chứng nhận sản phẩm rau củ quả của nước mình không chứa quá nhiều dư lượng thuốc trừ sâu.

Việc chính phủ UAE cấm nhập khẩu các loại rau và trái cây từ 5 quốc gia nói trên có thể sẽ đẩy giá các loại rau và trái cây tại UAE lên cao trong ngắn hạn do bị hạn chế nguồn cung để chuẩn bị cho mùa lễ Ramadan sẽ diễn ra trong khoảng cuối tháng 5 tới đây. Trong số các quốc gia nói trên, Ai Cập, Jordan đứng thứ 5 và 6 các nước xuất khẩu các loại rau nhiều nhất sang UAE với kim ngạch tương ứng 78 triệu USD và 72 triệu USD.

### **Sản lượng chè Ấn Độ giảm 16% trong quý 1/2017**

Sản xuất chè tại Ấn Độ trong niên vụ 2017 đang giảm so với năm 2016 do các khu vực sản xuất tại miền Bắc nước có mùa đông kéo dài và miền Nam cũng đang báo cáo tình trạng hạn hán. “Hội đồng Chè Ấn Độ vừa công bố dữ liệu tháng 3 cho thấy sản lượng chè ở miền Bắc suy giảm mạnh 25% xuống còn 41.400 tấn và giảm 5% tại miền Nam xuống còn 14.680 tấn. Tổng sản lượng chè của Ấn Độ giảm 21% xuống còn 56.080 tấn. Số liệu tổng hợp cho thấy trong quý 1/2017, sản lượng chè của Ấn Độ đạt 88.610 tấn, so với mức sản lượng 105.780 tấn trong cùng kỳ năm 2016, tương đương mức giảm 16%.

Sản lượng chè tại miền Bắc Ấn Độ giảm 19% xuống còn 49.250 tấn do mùa đông kéo dài. Sản lượng chè tại Assam giảm tới 36% xuống còn 22.490 tấn. Trong tháng 3, sản lượng chè tại miền Nam giảm 12% xuống còn 39.360 tấn. Với sản lượng 28.310, Tamil Nadu tiếp tục đứng đầu bảng xếp hạng sản xuất chè tại Ấn Độ. Tuy vậy, sản lượng chè của bang này cũng giảm tới 8%.