

DIỄN ĐÀN KẾT NỐI TIÊU THỤ NÔNG SẢN 970

**ĐỊNH HƯỚNG XUẤT KHẨU
NÔNG LÂM THỦY SẢN TRONG
BỐI CẢNH MỚI**

**Ts. Lê Thanh Hòa, PCT
Cục CB và PTTNS**

Hà Nội, 06/01/2022

Nội Dung

1. Bối cảnh mới
2. Xuất khẩu Nông sản và Rau quả của Việt Nam
3. Thị trường và một số mặt hàng cần chú trọng
4. Khuyến nghị

Bối cảnh mới?

1. 17 Hiệp định Thương mại tự do: FTA thế hệ mới CPTPP, EVFTA, UKVFTA, RCEP đã ký kết thực thi và Thực thi toàn diện các FTAs trong khuôn khổ ASEAN và Song phương Nhật Bản, Hàn Quốc, Chile.
2. Các quốc gia nhập khẩu đưa ra các quy định ngày càng chặt chẽ về ATTP và kiểm dịch động thực vật.
3. Rủi ro thiên tai và dịch bệnh động thực vật và dịch bệnh trên người (Covid 19 bùng phát và lây lan với nhiều biến chủng Delta. Omicron).

Giá trị xuất khẩu mặt hàng NS chính 2017-2019

Đơn vị: Tỷ USD

| | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Gỗ và SP gỗ | 7,97 | 8,86 | 11,2 | 12,3 | 15,87 |
| Thủy sản | 8,32 | 9 | 8,54 | 8,38 | 8,9 |
| Gạo | 2,66 | 3,2 | 2,81 | 3,07 | 3,27 |
| Cao su | 2,25 | 2,09 | 2,3 | 2,38 | 3,2 |
| Điều | 3,52 | 3,43 | 3,29 | 3,19 | 3,63 |
| Rau quả | 3,5 | 3,81 | 3,75 | 3,27 | 3,52 |
| Sắn và SP sắn | 1,03 | 0,958 | 0,967 | 1,01 | 1,19 |
| Cà phê | 3,24 | 3,46 | 2,85 | 2,74 | 2,99 |
| Tiêu | 1,12 | 0,759 | 0,715 | 0,66 | 0,94 |
| Chè | 0,228 | 0,217 | 0,236 | 0,218 | 0,213 |

Tương quan xuất khẩu NLTS & rau quả 2015-2019

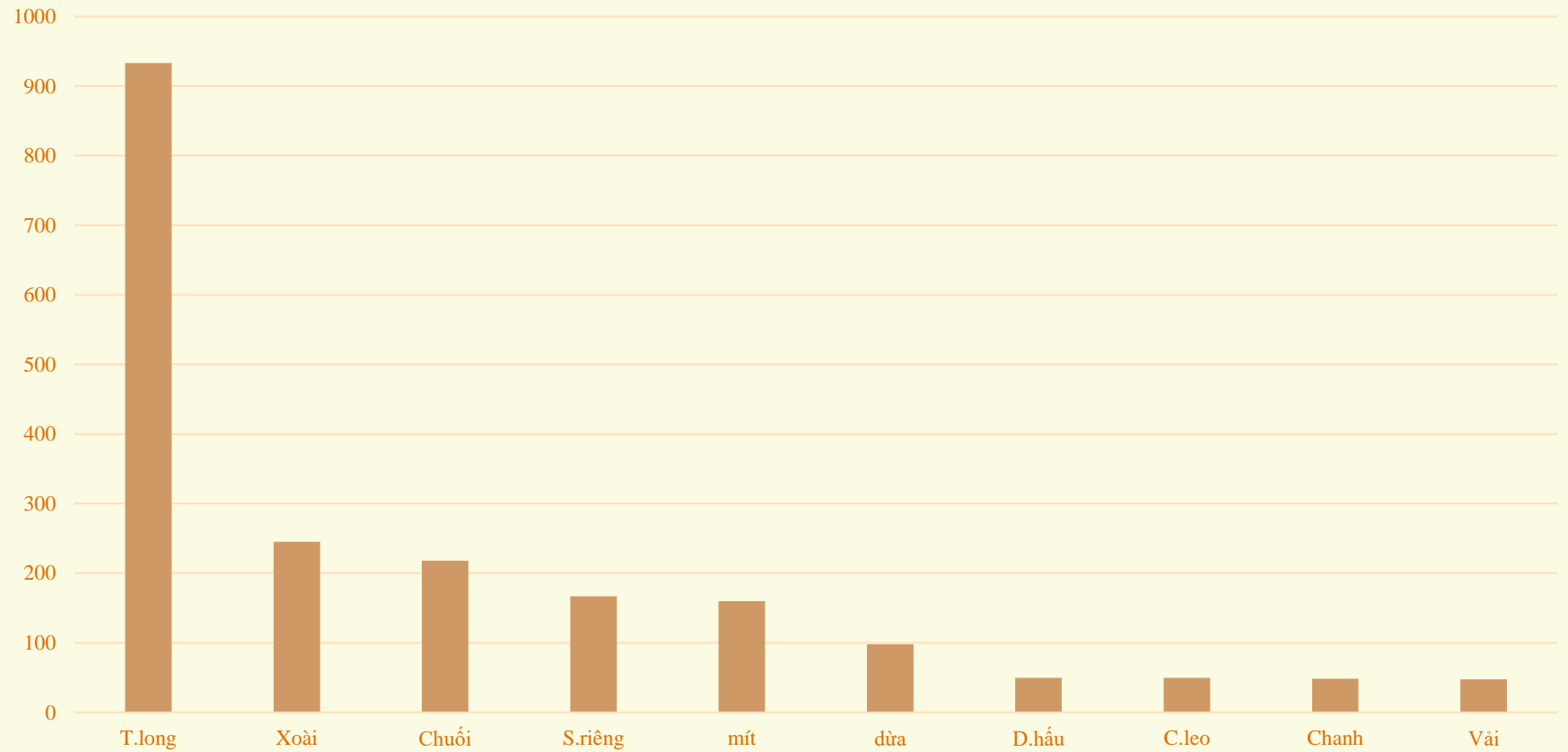
Đơn vị tính: tỷ USD

| | 2015 | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 |
|-------------------|------------|------------|------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| XK NLTS | 30,14 | 32,1 | 36,37 | 40,5 | 41,3 | 41,2 | 48,6 |
| Tỷ lệ TG (%) | | 6,5 | 13,3 | 11,4 | - 1,93 | -0,24 | 17,9 |
| XK Rau quả | 1,8 | 2,4 | 3,5 | 3,81 | 3,75 | 3,27 | 3,52 |
| Tỷ lệ TG % | | 33,3 | 45,8 | 14,3 | -1,84 | -12,8 | 7,6 |

Các thị trường xuất khẩu rau quả lớn

| TT | Thị trường | 2017 | 2018 | 2019 | 11t/2020 |
|----|---------------------------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| 1 | Trung Quốc | 2.651,55 | 2.534,52 | 2.430,0 | 1.893,27 |
| 2 | Mỹ | 102,14 | 123,33 | 150,3 | 152,5 |
| 3 | Hàn Quốc | 85,62 | 100,25 | 131,85 | 132,99 |
| 4 | Nhật Bản | 127,21 | 93,51 | 122,34 | 118,22 |
| 5 | Hà Lan | 64,40 | 51,63 | 80,00 | 73,47 |
| 6 | Malaysia | 51,143 | 44,60 | 31,1 | 33,07 |
| 7 | Thái Lan | 36,07 | 42,09 | 74,4 | 148,96 |
| 8 | Tiểu vương quốc Ả rập TN | 35,57 | 37,03 | 35,2 | 37,78 |
| 9 | Đài loan | 45,564 | 35,87 | 73,36 | 85,17 |
| 10 | Úc | 28,91 | 35,59 | 44,7 | 57,9 |
| 11 | Nga | 28,12 | 25,99 | 34,56 | 48,68 |
| 12 | Singapore | 28,78 | 25,96 | 32,43 | 31,65 |
| 13 | Pháp | 17,7 | 21,62 | 29,76 | 26,14 |
| 14 | Canada | | 16,94 | 25,92 | 26,97 |

Giá trị một số trái cây XK chính 11T/2021



Thị trường và mặt hàng rau quả

Thị trường Trung Quốc:

- Xoài, Nhãn, Vải, Thanh long, Dưa hấu, Chuối, Chôm chôm, mít và măng cụt

chuẩn bị mở cửa: Sầu riêng, Chanh leo và Khoai lang tím

Thị trường EU:

- Các loại hoa quả nhiệt đới tươi và qua chế biến đóng hộp, nước quả.

- Rau: Ngô ngọt, ngô bao tử, tỏi, nấm, khoai lang

Thị trường Đông bắc Á:

Hàn Quốc: Trái cây (dừa, dứa, chuối, xoài và thanh long ruột trắng, rau salad các loại, rau ôn đới, hành tỏi ớt).

Nhật Bản: trái cây (Thanh Long đỏ và trắng, Xoài và vải), Rau (gia vị, tía tô, rau cải và bó xôi tươi và đông lạnh).

Châu Mỹ;

Hoa kỳ: Trái cây (Thanh long, nhãn, vải, chôm chôm, vú sữa, xoài). Bưởi

Châu Đại dương:

Úc: Hoa quả (Thanh long, xoài, vải)

New Zealand: Hoa quả (Xoài, Thanh long, chôm chôm)

Khuyến nghị

- Doanh nghiệp - Nâng cao năng lực và nhận thức trong việc nắm bắt các quy định về kỹ thuật và yêu cầu về SPS của thị trường. (Thay đổi cách tiếp cận về An toàn thực phẩm: từ việc kiểm tra an toàn sản phẩm cuối cùng sang giám sát tại mọi công đoạn trong toàn bộ chuỗi sản xuất)
- Nâng cao nhận thức và quan niệm – từ số lượng sang chất lượng và tính an toàn của sản phẩm và đảm bảo đáp ứng quy định an toàn thực phẩm của thị trường.
- Thiết lập cơ chế hợp tác giữa Cơ quan quản lý - doanh nghiệp - người sản xuất nhằm đảm bảo toàn bộ chuỗi cung và sản phẩm đạt chất lượng an toàn thực phẩm.
- Xây dựng chiến lược quảng bá và tiếp thị cho sản phẩm (thị trường trong nước và nước ngoài: Hội chợ, Triển lãm và kết nối hệ thống siêu thị).

Khuyến nghị

- Lập kế hoạch tổ chức sản xuất và chế biến xuất khẩu (xây dựng Chương trình quản lý và giám sát chất lượng an toàn sản phẩm).
- Đào tạo cán bộ kỹ thuật có kỹ năng quản lý và giám sát về ATTP cho quá trình sản xuất và chế biến.
- Áp dụng các qui trình sản xuất tốt (ViệtGAP, GlobalGAP), hài hòa với các tiêu chuẩn chứng nhận theo yêu cầu của thị trường. Tiêu chuẩn hóa Qui trình trồng trọt đảm bảo an toàn thực phẩm và nguyên liệu cho ăn tươi và chế biến (tương tự như HACCP).
- Đầu tư sản xuất sản phẩm có chất lượng cao – Sản phẩm đặc sản, chỉ dẫn địa lý, sản phẩm hữu cơ.