



# BẢN TIN THỊ TRƯỜNG

SỞ CÔNG THƯƠNG TRÀ VINH

ĐC: SỐ 02 LÝ TỰ TRỌNG, PHƯỜNG 1, TP. TRÀ VINH, TỈNH TRÀ VINH

Website: <http://sct.travinh.gov.vn> - Điện thoại: 0294 3852 594

Số 21

Ngày 30/11/2022



TÀI LIỆU THAM KHẢO - PHỤC VỤ ĐIỀU HÀNH QUẢN LÝ

# **BẢN TIN THỊ TRƯỜNG**

## **TỔNG HỢP HÀNG TUẦN - PHÂN TÍCH - DỰ BÁO**

**Thông tin phục vụ cho lãnh đạo các đơn vị, doanh nghiệp  
tham khảo, điều hành**

<i>Trong số này:</i>	<i>Trang</i>
<b>MỘT SỐ THÔNG TIN ĐÁNG CHÚ Ý</b>	<b>1</b>
Kinh tế thế giới	1
Kinh tế trong nước	2
Thông tin chính sách và phổ biến ứng dụng khoa học kỹ thuật	3
<b>THÔNG TIN NÔNG SẢN</b>	<b>4</b>
Ổn định chất lượng và đảm bảo tiêu chuẩn nông sản của các hợp tác xã nông nghiệp	4
Thêm hai loại quả của Việt Nam chính thức được xuất khẩu sang New Zealand	5
<b>THÔNG TIN THỦY SẢN</b>	<b>9</b>
Tình hình xuất khẩu tôm, cá tra, cá ngừ và nhuyễn thể đến hết tháng 10/2022	9
Năm 2022, xuất khẩu nghêu có thể mang về trên 100 triệu USD	11
<b>THÔNG TIN CHĂN NUÔI</b>	<b>12</b>
Giá bán sản phẩm chăn nuôi dưới giá thành sản xuất	12
Bán heo sang Trung Quốc không còn dễ như trước	14
<b>THÔNG TIN LÚA GẠO</b>	<b>16</b>
Tổng quan thị trường lúa gạo tuần đến ngày 18/11	16
<b>THÔNG TIN VẬT TƯ NÔNG NGHIỆP</b>	<b>18</b>
Việt Nam tiến tới chuẩn hóa các quy định quản lý về thức ăn chăn nuôi	18
Nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu của Việt Nam 10 tháng năm 2022	20
<b>THÔNG TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI</b>	<b>21</b>
Xúc tiến thương mại hướng đến liên kết, vận dụng thế mạnh của từng trung tâm, lợi thế từng vùng miền	21
<b>THÔNG TIN GIAO THƯƠNG</b>	<b>23</b>
<b>THÔNG TIN CẢNH GIÁC</b>	<b>26</b>
Nhập khẩu gạo tăng mạnh có thể ảnh hưởng đến sản xuất trong nước	26
<b>THÔNG TIN AN TOÀN THỰC PHẨM</b>	<b>27</b>
Mì ăn liền xuất khẩu sang Đài Loan tiếp tục bị cảnh báo có hàm lượng Etylen Oxit không phù hợp	27
<b>GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG</b>	<b>28</b>
Giá cả trong tỉnh	28

## MỘT SỐ THÔNG TIN ĐÁNG CHÚ Ý

### 1. KINH TẾ THẾ GIỚI

#### Tổng quan kinh tế thế giới



Các thông tin vừa công bố cho thấy, chính sách thắt chặt tiền tệ của FED đã bắt đầu có tác dụng đối với kinh tế Mỹ, trong khi kinh tế Trung Quốc và EU vẫn đối mặt với nhiều khó khăn.

+ **Tại Mỹ:** Theo Bộ Lao động Mỹ, chỉ số giá tiêu dùng (CPI) của Mỹ trong tháng 10/2022 tăng chậm lại, tăng 7,7% so với cùng kỳ năm 2021, thấp hơn so với CPI của tháng 9/2022. Tỷ lệ lạm phát trong tháng 10/2022 ở mức thấp nhất kể từ tháng 1/2022. Điều này cho thấy khả năng lạm phát tại Mỹ có thể đã qua đỉnh. Trong khi đó, thị trường lao động cũng đã

bắt đầu bị tác động khi làn sóng cắt giảm lao động tại Mỹ đang diễn ra mạnh mẽ. Như vậy có thể thấy chính sách thắt chặt tiền tệ nhằm kiểm soát lạm phát và hạ nhiệt thị trường lao động của FED đã có dấu hiệu phát huy tác dụng. Với những tín hiệu này, FED đã phát tín hiệu có thể tăng lãi suất với tốc độ chậm lại.

Tuy nhiên, kinh tế Mỹ vẫn còn đối mặt với nhiều khó khăn trong thời gian tới khi lạm phát tăng chậm lại nhưng vẫn ở mức cao, khiến chi tiêu sẽ chậm lại trong quý IV/2022. Mặc dù doanh số bán lẻ tháng 10/2022 tăng vượt kỳ vọng ở mức 1,3%. Theo Đại học Michigan (Mỹ), chỉ số tâm lý người tiêu dùng Mỹ trong tháng 11/2022 ở mức 54,7, giảm 8,7% so với kết quả của tháng trước và thấp hơn nhiều so với ước tính 59,5. Chỉ số này cho thấy, những người có mức chi tiêu chiếm 68% GDP của Hoa Kỳ, đang thận trọng khi bước vào mùa mua sắm quan trọng trong dịp lễ cuối năm.

+ **Tại Trung Quốc:** Kinh tế Trung Quốc tháng 10/2022 đã tăng chậm lại do số ca mắc Covid-19 tăng làm cản trở hoạt động sản xuất. Theo Cục Thống kê Quốc gia Trung Quốc (NBS), sản lượng công nghiệp của nước này trong tháng 10/2022 chỉ tăng 5% so với cùng kỳ năm ngoái, thấp hơn so với mức tăng 6,3% trong tháng 9/2022. Trong khi đó, doanh số bán lẻ trong tháng 10/2022 giảm 0,5% so với cùng kỳ năm ngoái, sau khi tăng 2,5% trong tháng 9/2022 và thấp hơn nhiều so với dự báo tăng 0,7%. Như vậy có thể thấy kinh tế Trung Quốc đang đối mặt với nhiều khó khăn trong các tháng cuối năm 2022 khi kích cầu trong và ngoài nước đều đang chậm lại. Gần đây, chính phủ Trung Quốc đã nới lỏng các hạn chế nhằm kiểm soát dịch Covid-19 và tăng cường hỗ trợ lĩnh vực bất động sản, nhưng vẫn cần có thời gian để những điều chỉnh này mang lại động lực cho tăng trưởng.

+ **Tại châu Âu:** Giá năng lượng và lạm phát cao khiến châu Âu đang phải đối mặt với một giai đoạn rất khó khăn. Trong “Dự báo mùa Thu”, EC dự báo kinh tế của EU sẽ suy giảm trong ba tháng cuối năm 2022 và những tháng đầu năm 2023. Lạm phát tại châu Âu tiếp tục tăng nhanh hơn dự kiến và mức đỉnh lạm phát dự kiến sẽ chuyển sang quý IV năm nay, đồng thời nâng dự báo tỷ lệ lạm phát hàng năm lên 9,3% ở EU và 8,5% ở Eurozone. Áp lực lạm phát gia tăng từ đầu năm 2022 khiến thu nhập giảm sút, người tiêu dùng châu Âu buộc phải kiểm soát chi tiêu để hạn chế tác động của lạm phát.

Có 58% người tiêu dùng đã phải cắt giảm các nhu cầu thiết yếu, trong đó 35% sử dụng tiết kiệm cá nhân và vay nợ để thanh toán hóa đơn. Năm 2023, EC dự báo tăng trưởng GDP ở cả khu vực EU và Eurozone ở mức 0,3%, thấp hơn nhiều so với mức 1,5% và 1,4% được đưa ra trong dự báo tháng 7/2022. EC dự báo lạm phát tại châu Âu sẽ giảm vào năm 2023, nhưng vẫn ở mức cao là khoảng 7% ở EU và 6,1% ở Eurozone.

*Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương*

## 2. KINH TẾ TRONG NƯỚC

### Tổng quan kinh tế trong nước



Kinh tế thế giới rơi vào trạng thái lạm phát đình đốn, cùng áp lực tăng lãi suất ở các nền kinh tế lớn đã và sẽ có tác động đến Việt Nam. Theo đó tình hình sản xuất công nghiệp và doanh số bán lẻ trong nước chậm lại do nhu cầu trong nước và nước ngoài chững lại. Kinh tế thế giới gặp khó khăn khiến nhu cầu nhập khẩu hàng hóa toàn cầu giảm, trong khi nhu cầu trong nước cũng có thể bị ảnh hưởng trong vài tháng tới do lãi suất tăng cao. Trong tuần đến ngày 18/11, thị trường tài chính trong nước vẫn biến động phức tạp khi nhiều ngân hàng lớn tiếp tục tăng lãi suất huy động gây áp lực đến lãi suất cho vay. Trong khi đó, áp lực tỷ giá giảm đáng kể sau khi Ngân hàng Nhà nước có một số biện pháp ứng phó và đồng USD trên thị trường hạ nhiệt. Lãi suất huy động liên tục tăng, Room tín dụng không nhiều, trong khi dịp cao điểm về nhu cầu vốn cuối năm đang đến gần đang gây áp lực lớn với lãi suất cho vay. Đến giữa tháng 11/2022, các ngân hàng đã cập nhật biểu lãi suất cho vay mới với mức tăng 0,1-0,5 điểm phần trăm. Trong khi lãi suất huy động và lãi suất cho vay tăng, lãi suất trên thị trường liên ngân hàng lại liên tục giảm trong tuần vừa qua.

Trước tình hình này, NHNN đã đẩy mạnh hoạt động hút thanh khoản. Theo NHNN, lãi suất vay VND bình quân trên thị trường liên ngân hàng tại kỳ hạn qua đêm (kỳ hạn chính và chiếm tới 90% tổng giá trị giao dịch) đã giảm xuống còn 4,2% vào phiên 15/11/2022 từ mức 6 – 7%/năm vào đầu tháng. Lãi suất các kỳ hạn 1 tuần, 2 tuần và 1 tháng cũng có xu hướng giảm. Trong thời gian tới, NHNN sẽ linh hoạt sử dụng các công cụ để điều hành lãi suất VND liên ngân hàng theo mục tiêu với độ chênh so với lãi suất USD khoảng 2-3% nhằm giảm bớt áp lực lên tỷ giá; đồng thời duy trì bơm thanh khoản thông qua nghiệp vụ mua kỳ hạn giấy tờ có giá, đảm bảo thanh khoản cho hệ thống ngân hàng. Đồng USD trong nước hạ nhiệt khi tỷ giá trung tâm giảm từ mức trên 23.770 đồng/USD vào ngày 25/10/2022 xuống còn 23.677 đồng/USD ngày 16/11/2022. Tỷ giá bán USD tại Hội sở Ngân hàng Nhà nước và tỷ giá USD/VND trên hệ thống ngân hàng thương mại cũng giảm.

*Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương*

### 3. THÔNG TIN CHÍNH SÁCH VÀ PHỔI BIẾN ỨNG DỤNG KHOA HỌC KỸ THUẬT

#### Thúc đẩy doanh nghiệp tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài

Phó Thủ tướng Lê Văn Thành ký Quyết định số 1415/QĐ-TTg ngày 14/11/2022 phê duyệt Đề án “Thúc đẩy Doanh nghiệp Việt Nam tham gia trực tiếp các mạng phân phối nước ngoài đến năm 2030”.

#### Phát triển thị trường xuất, nhập khẩu tăng trưởng bền vững

Mục tiêu tổng quát của Đề án nhằm phát triển thị trường xuất khẩu, nhập khẩu, bảo đảm tăng trưởng bền vững trong dài hạn; khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam tham gia mạnh mẽ vào chuỗi sản xuất, cung ứng, phân phối hàng hóa toàn cầu, xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài trên cơ sở phát huy thế mạnh và khai thác tối đa lợi thế cạnh tranh hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Đồng thời, xây dựng mối quan hệ hợp tác chiến lược chặt chẽ giữa doanh nghiệp sản xuất, xuất khẩu của Việt Nam với các mạng phân phối nước ngoài trên các kênh xuất khẩu truyền thống và kênh thương mại điện tử, hướng tới mô hình sản xuất - xuất khẩu - phân phối ổn định, bền vững;



Góp phần làm thay đổi tư duy sản xuất, tổ chức sản xuất theo hướng bài bản, bền vững, từ đó tăng cường khả năng cạnh tranh lâu dài của doanh nghiệp; thu hút nguồn đầu tư trong và ngoài nước vào sản xuất xanh sạch, bền vững, chế biến hàng xuất khẩu có chất lượng cao, mang lại giá trị gia tăng cao cho hàng hóa xuất khẩu Việt Nam; xây dựng hình ảnh Việt Nam là quốc gia có năng lực cung ứng hàng hóa khối lượng lớn, đảm bảo tiêu chuẩn chất lượng, uy tín.

#### Năm 2030, hàng hóa Việt Nam có mặt tại tất cả quốc gia có hiệp định FTA với Việt Nam

Cụ thể, Đề án phấn đấu hỗ trợ về thông tin thị trường cho 20.000 lượt doanh nghiệp; hỗ trợ về đào tạo, tư vấn cho 15.000 lượt doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, năng lực cung ứng để từng bước tham gia vào chuỗi giá trị toàn cầu và hỗ trợ 5.000 lượt doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới. Đồng thời, tổ chức 10.000 lượt kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài; hỗ trợ trên 10.000 sản phẩm xuất khẩu trực tiếp vào các mạng phân phối nước ngoài; phấn đấu đến năm 2030, hàng hóa Việt Nam có mặt tại các chuỗi phân phối truyền thống và trực tuyến tại tất cả quốc gia có hiệp định thương mại tự do (FTA) với Việt Nam.

#### Khuyến khích doanh nghiệp phát triển đại lý phân phối tại thị trường nước ngoài

Để đạt được những mục tiêu trên, Đề án đưa ra một số nhiệm vụ, giải pháp trọng tâm như: Hỗ trợ doanh nghiệp về thông tin thị trường; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực cung ứng cho thị trường nước ngoài; hỗ trợ doanh nghiệp từng bước thích nghi, chuyển đổi sản xuất đáp ứng xu hướng tiêu dùng bền vững; hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng năng lực tham gia thương mại điện tử xuyên biên giới; hỗ trợ xây dựng và phát triển thương hiệu; tổ chức các hoạt động kết nối, giao thương với các mạng phân phối nước ngoài, tổ chức các hoạt động truyền thông; xây dựng cơ chế chính sách thúc đẩy doanh nghiệp nước ngoài xây dựng chiến lược thu mua bền vững với thị trường Việt Nam; nghiên cứu xây dựng cơ chế chính sách khuyến khích doanh nghiệp Việt Nam chủ động phát triển hệ thống đại lý phân phối tại thị trường nước ngoài để đưa hàng vào các mạng phân phối nước ngoài....

Trong đó, Đề án triển khai hỗ trợ doanh nghiệp sử dụng nguồn nguyên liệu xanh - sạch; khuyến khích chuyển đổi năng lượng, tiết kiệm năng lượng trong quá trình sản xuất; thúc đẩy phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất như tìm kiếm nguồn lực hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng và phát triển mô hình kinh tế tuần hoàn trong sản xuất (đặc biệt là những ngành nông thủy sản) nhằm hướng đến quá trình sản xuất hợp lý, tiết kiệm và thân thiện với môi trường; khuyến khích doanh nghiệp phát triển công nghiệp phụ trợ, chế biến chế tạo (đặc biệt là ngành chế biến nông lâm thủy sản), liên kết chuỗi cung ứng toàn cầu và với các tập đoàn phân phối.

Hỗ trợ Doanh nghiệp đăng ký bảo hộ nhãn hiệu sản phẩm tại thị trường quốc tế và phối hợp với các tập đoàn phân phối quảng bá, nâng cao vị thế, hình ảnh sản phẩm Việt Nam...

Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương

## THÔNG TIN NÔNG SẢN

### Ổn định chất lượng và đảm bảo tiêu chuẩn nông sản của các hợp tác xã nông nghiệp



Chiều 22/11, Ban Tổ chức Diễn đàn Mekong Connect 2022, Báo Nông nghiệp Việt Nam, Trường Cán bộ Quản lý NN&PTNT 2, Cục Kinh tế Hợp tác và Phát triển nông thôn (Bộ NN&TNT) phối hợp tổ chức diễn đàn "Ổn định chất lượng và đảm bảo tiêu chuẩn nông sản của các hợp tác xã nông nghiệp". Tại diễn đàn, nhiều doanh nghiệp đã chia sẻ các thông tin về ứng dụng khoa học công nghệ kiểm soát và giữ ổn định chất lượng nông, lâm, thủy sản, đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu. Cùng với đó là thông tin từ các đơn vị quản lý trong lĩnh vực kiểm soát chất lượng nông sản xuất khẩu.

#### **Đảm bảo các yêu cầu về mã số vùng trồng**

TS. Phan Thị Thu Hiền, Giám đốc Trung tâm Kiểm dịch thực vật sau nhập khẩu 2 (Cục Bảo vệ thực vật, Bộ NN&PTNT) cho biết, hiện nay, nhiều thị trường đã yêu cầu các vùng trồng và cơ sở đóng gói của nước xuất khẩu phải được giám sát chặt chẽ và được cấp mã số định kỳ. Các vùng trồng và cơ sở đóng gói cần đảm bảo việc tuân thủ yêu cầu của từng quốc gia, từng thị trường. Cùng một mặt hàng nông sản nhưng mỗi thị trường sẽ có quy định khác nhau. Bên cạnh đó, các vùng trồng và cơ sở đóng gói sẽ được đăng ký trên tinh thần tự nguyện, sau đó sẽ được kiểm tra, đánh giá định kỳ và phải được công nhận bởi các nước nhập khẩu, giám sát bởi cơ quan quản lý. Bà Hiền cũng thông tin về 5 bước yêu cầu thiết lập vùng trồng. Đó là: Xác định diện tích; sử dụng thống nhất một quy trình sản xuất trong vùng trồng; kiểm soát các sinh vật gây hại thuộc danh mục đối tượng kiểm dịch thực vật của các nước; có nhật kí canh tác; thực hành nông nghiệp tốt, tối thiểu là theo quy trình VietGAP.

Chia sẻ về những khó khăn trong việc phát triển mã số vùng trồng, TS. Phan Thị Thu Hiền nêu thực trạng hiện nay việc cấp mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói mới triển khai chủ yếu đối với cây ăn quả, chưa triển khai được nhiều với các sản phẩm có khối lượng xuất khẩu lớn như lúa, chè, hồ tiêu, cà phê... Đặc biệt, vẫn còn tình trạng mạo danh mã số vùng trồng, sử dụng không đúng mã số để xuất khẩu, ảnh hưởng đến uy tín của hàng Việt Nam. Bà Hiền nêu ý kiến: "Các doanh nghiệp cần chủ động các biện pháp bảo vệ mã số của mình, kịp thời thông báo tới các cơ quan quản lý hàng hóa xuất khẩu khi phát hiện những vi phạm liên quan đến sử dụng mã số để có sự phối hợp, xử lý. Đồng thời cần chủ động vùng nguyên liệu bằng cách liên kết với các địa phương để cấp mới, liên kết các vùng trồng đã được cấp mã số để giữ vững và nâng cao chất lượng nông sản".

#### **Thông nhất chính sách về quản lý chất lượng**

Ông Bùi Phước Hòa, Hội Doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao cho rằng, tiêu chuẩn là chuẩn mực chung nhằm xác định và giảm thiểu rủi ro dọc theo chuỗi cung ứng của khách hàng, với các hoạt động, quy trình, hệ thống, con người hoặc năng lực. Tuy nhiên, hiện nay quá trình xây dựng tiêu chuẩn cho nông sản đang gặp phải một số khó khăn. Đầu tiên là vấn đề chi phí, trong đó bao gồm chi phí xây dựng tiêu chuẩn, chi phí trang thiết bị và cơ sở hạ tầng, chi phí kiểm nghiệm, giám định và các chi phí quản lý. Cùng với đó các khó khăn về thời gian kiểm soát các công đoạn theo tiêu chuẩn, lập và lưu trữ hồ sơ, mô hình quản lý theo quy mô hộ gia đình, chưa tách biệt rõ vai trò, trách nhiệm và quyền hạn của đội ngũ nhân sự...

Trước thực trạng này, đại diện Hội Doanh nghiệp Hàng Việt Nam chất lượng cao đề xuất một số giải pháp. Cụ thể, cơ quan quản lý nhà nước cần nhất quán về chính sách, tạo ra những quy định xuyên suốt giữa các bộ ngành, tổ chức đào tạo hoặc hỗ trợ chi phí đào tạo về tiêu chuẩn. Trong khi đó, người nông dân cần đẩy mạnh liên kết và minh bạch hóa trách nhiệm đi cùng với lợi ích. Họ cũng cần có người dẫn đường

có tâm và có tâm để giúp họ hiểu được lợi ích khi tuân thủ tiêu chuẩn và ổn định chất lượng sản phẩm.

### **Thêm hai loại quả của Việt Nam chính thức được xuất khẩu sang New Zealand**



Sau xoài, thanh long và chôm chôm, Việt Nam có thêm hai loại quả được xuất khẩu sang New Zealand là chanh xanh và bưởi. Đại sứ New Zealand tại Việt Nam cho biết, ngày 15/11, Việt Nam và New Zealand đã ký kết thỏa thuận xuất khẩu chanh xanh và bưởi của Việt Nam sang New Zealand; tăng cường hợp tác giữa New Zealand và Việt Nam trong ngành trồng trọt. Lễ ký kết được thực hiện trong khuôn khổ Đối thoại và triển lãm "AgriConnectionNZ: Đối tác chiến lược trong nông nghiệp" do Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam và Bộ Nông nghiệp-An ninh sinh học-Thông tin đất đai và Các vấn đề nông thôn New Zealand tổ chức nhân chuyến thăm của Thủ tướng New Zealand Jacinda Ardern tại Việt Nam. Theo đó, chanh xanh và bưởi là hai loại quả tiếp theo được xuất khẩu sang New Zealand sau xoài, thanh long và chôm chôm.

Tại sự kiện này, Thủ tướng New Zealand Jacinda Ardern chia sẻ: "Nông nghiệp không chỉ là lĩnh vực trọng yếu của nền kinh tế mà còn là một phần bản sắc văn hóa của cả 2 quốc gia. Ở New Zealand, nông dân là nhân tố then chốt của nền kinh tế. Do đó, không có gì ngạc nhiên khi nông nghiệp là nền tảng của mối quan hệ hai nước kể từ khi thiết lập quan hệ ngoại giao cách đây hơn 45 năm". "Tôi rất tự hào về sự hợp tác của hai quốc gia trong việc áp dụng hiệu quả các tiêu chuẩn cao về an toàn thực phẩm, vốn rất quan trọng đối với hệ thống lương thực bền vững toàn cầu", Thủ tướng Jacinda Ardern nhấn mạnh thêm. Bộ trưởng Bộ NN&PTNT Lê Minh Hoan cho rằng: Hợp tác về nông nghiệp là trụ cột quan trọng trong quan hệ hợp tác giữa Việt Nam và New Zealand. Việt Nam đánh giá cao sự quan tâm của New Zealand dành cho ngành nông nghiệp, tập trung vào chuyển giao kiến thức và công nghệ ở các lĩnh vực: Phát triển thị trường nông sản; giống cây trồng chất lượng cao; kiểm dịch động vật, thực vật; an toàn đập và vận hành hồ chứa; an toàn thực phẩm; giảm thiểu phát thải khí nhà kính trong chăn nuôi...

Bộ trưởng Lê Minh Hoan nhấn mạnh: Việt Nam đang triển khai thực hiện Chiến lược phát triển nông nghiệp, nông thôn bền vững, dựa trên ba trụ cột: Nông nghiệp sinh thái - nông thôn hiện đại - nông dân văn minh. Ngành nông nghiệp Việt Nam chuyển đổi theo hướng tích hợp đa giá trị, bền vững, phát thải thấp, sử dụng hiệu quả nguồn tài nguyên, bảo vệ môi trường sinh thái; duy trì và bảo tồn đa dạng sinh học. Đây là yêu cầu quan trọng để Việt Nam thực hiện đóng góp tích cực, phù hợp với xu hướng quốc tế, chung tay tạo dựng nền nông nghiệp xanh - trách nhiệm - bền vững. Với thông điệp "Đồng hành, kiến tạo, phát triển" và "Tiềm năng của chúng tôi - Cơ hội của bạn", ngành nông nghiệp Việt Nam sẽ tạo điều kiện thuận lợi để các doanh nghiệp New Zealand đầu tư, kinh doanh thành công, bền vững và gắn bó mật thiết, dài lâu.

## Nhiều siêu thị Nhật Bản đẩy mạnh nhập khẩu nông thủy sản Việt Nam



Nhiều siêu thị Nhật Bản hướng tới nhập khẩu nhiều mặt hàng nông thủy sản, thực phẩm có chất lượng tốt với giá thành hợp lý từ Việt Nam như cá tra, thịt gà, tôm, xoài, chuối, thanh long... Đó là thông tin từ Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản khi nhận định về triển vọng xuất khẩu của nhóm hàng nông thủy sản từ Việt Nam vào thị trường khó tính này. Cụ thể, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản đã dẫn chứng số liệu thống kê của Hải quan Việt Nam, trong 9 tháng năm nay, xuất khẩu nhóm hàng nông thủy sản sang Nhật Bản đạt kim ngạch 1,68 tỉ USD, tăng 28,1% so với cùng kỳ năm 2021. Trong đó, các mặt hàng được Nhật Bản nhập khẩu nhiều nhất là thủy sản (đạt 1,27 tỉ USD, tăng 33%), cà phê (đạt 215,5 triệu USD, tăng 27,7%), rau quả (đạt 127,9 triệu USD, tăng 6,3%)...

### Còn nhiều tiềm năng

Theo Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản, xuất nhập khẩu nông thủy sản giữa Việt Nam và Nhật Bản đang được hưởng lợi từ các ưu đãi cắt giảm thuế quan ở mức độ sâu cũng như các quy tắc xuất xứ mới trong các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới mà hai nước cùng là thành viên như CPTPP hay RCEP. Trong các FTA này, Nhật Bản cam kết xóa bỏ thuế quan hoàn toàn cho đại đa số các sản phẩm nông thủy sản nhập khẩu từ Việt Nam, từ đó đem đến cơ hội lớn cho ngành hàng nông thủy sản - là lĩnh vực xuất khẩu thế mạnh của Việt Nam mà từ trước đến nay vẫn đối mặt với sự bảo hộ cao của Nhật Bản. Cũng theo Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản, người tiêu dùng Nhật Bản vốn đã quen với cụm từ anzen và anshin, có nghĩa là “an toàn” và “an tâm”, trong việc sử dụng tất cả các mặt hàng nông thủy sản, thực phẩm, kể cả hàng được sản xuất trong nước hoặc nhập khẩu từ nước ngoài.

Trong thời gian gần đây với tình hình tỷ giá hối đoái nhiều biến động, giá cả thực phẩm trong nước trở nên đắt đỏ hơn, người tiêu dùng Nhật Bản có xu hướng ưa chuộng những sản phẩm có giá cả hợp lý nhưng vẫn đảm bảo chất lượng. Theo đó, nhiều siêu thị Nhật Bản hướng tới nhập khẩu các mặt hàng nông



thủy sản, thực phẩm có chất lượng tốt với giá thành hợp lý từ Việt Nam như cá tra, thịt gà, tôm, xoài, chuối, thanh long và các sản phẩm đông lạnh khác. Thương vụ Việt Nam cho biết, hàng nông thủy sản, thực phẩm nhập từ Việt Nam cũng được tiêu thụ tốt trong những năm gần đây nhờ lượng người Việt Nam tại Nhật Bản ngày càng tăng, với gần 500.000 người (thống kê cuối năm 2021), là cộng đồng người nước ngoài đông thứ 2 ở Nhật Bản. “Nông thủy sản, thực phẩm của Việt Nam đã đang và sẽ còn nhiều tiềm năng để xâm nhập và mở rộng thị phần tại thị trường Nhật Bản”, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản nhận định.

### **Dự báo sản lượng, tiêu thụ và dự trữ ngũ cốc thế giới năm 2023**



Theo dự báo mới nhất của FAO, sản lượng ngũ cốc thế giới năm 2022 giảm 4,9 triệu tấn so với dự báo tháng trước và sẽ đạt mức 764 triệu tấn, giảm 1,8% (50,8 triệu tấn) so với năm 2021, chủ yếu do sản lượng lúa mì giảm, sản lượng ngũ cốc thô cũng giảm nhẹ. Dự báo sản lượng lúa mì năm 2022 giảm 3,4 triệu tấn, đạt 783,8 triệu tấn, nhưng vẫn tăng 0,6% (tăng 4,5 triệu tấn) so với năm 2021 và là mức cao kỷ lục, do vụ lúa mì ở Mỹ sụt giảm về sản lượng và diện tích thu hoạch. Dự báo sản lượng ngũ cốc thô thế giới năm 2022 giảm 1,3 triệu tấn so với dự báo tháng trước và đạt mức 467 triệu tấn, giảm 2,8% so với năm trước, đánh dấu đợt giảm sản lượng đầu tiên trong 4 năm, chủ yếu do sản lượng bắp ở Mỹ và Liên minh Châu Âu giảm do hạn hán. Tại Ukraine, đang thu hoạch bắp, dự báo sản lượng tăng do diện tích thu hoạch lớn hơn, xuất khẩu của nước này từ các cảng Biển Đen giảm.

Đối với gạo, dự báo sản lượng gạo của Indonesia tăng do diện tích trồng lúa tăng so với dự đoán trước đó của FAO, bù đắp một phần giảm sản lượng ở Việt Nam và Nigeria. Do đó, sản lượng gạo thế giới năm 2022/23 hiện được dự báo đạt mức 512,6 triệu tấn, giảm 2,4% so với mức kỷ lục năm 2021, nhưng vẫn ở mức trung bình. Vụ lúa mì vụ đông năm 2023 đã bắt đầu ở các nước Bắc bán cầu và sẽ bắt đầu vào năm 2023 ở các nước phía Nam xích đạo. Giá lúa mì tăng dự kiến diện tích gieo trồng sẽ duy trì ở mức cao trong năm 2023; tuy nhiên, do chi phí sản xuất tăng cao có thể hạn chế việc tăng thêm diện tích. Tại Mỹ, việc trồng lúa mì vụ đông tiến triển với tốc độ trung bình như dự báo hồi tháng 10, bất chấp tình trạng hạn hán kéo dài ở các bang sản xuất chính. Tại thị trường EU, việc gieo sạ đã được hoàn thành ở các nước phía bắc trong tháng 9 và đang tiến triển tốt ở hầu hết các nước trong điều kiện thời tiết thuận lợi, ngoại trừ tình trạng khô hạn ở các vùng của Tây Ban Nha, Italia và Romania. Tại Liên bang Nga, khi thời kỳ gieo trồng sắp kết thúc, tốc độ gieo sạ lúa mì mùa đông thấp hơn so với cùng kỳ năm trước, do lượng mưa lớn cản trở hoạt động gieo trồng. Tại Ukraine, những hạn chế nghiêm trọng về vận chuyển do xung đột đã làm giảm diện tích trồng lúa mì, trong khi mưa lớn đã làm chậm tốc độ trồng trọt. Tại châu Á, sản lượng lúa mì gieo sạ được dự báo sẽ duy trì ở trên mức trung bình ở Trung Quốc đại lục và Ấn Độ, nơi giá lúa mì đang cao. Thời tiết thuận lợi ở cả hai quốc gia này đang hỗ trợ các hoạt động trồng trọt. Do nhiều khu vực vẫn bị ngập lụt ở Pakistan, việc gieo trồng lúa mì mùa đông thường diễn ra từ tháng 10 đến tháng 12, có thể bị ảnh hưởng nghiêm trọng.

Việc gieo trồng ngũ cốc thô năm 2023 đang diễn ra ở các nước Nam bán cầu. Tại Brazil, dự báo diện tích trồng bắp tăng vào năm 2023. Giả sử điều kiện thời tiết tốt, sản lượng tăng cũng có thể hỗ trợ vụ mùa bội thu thứ hai vào năm 2023. Ở Nam Phi, diện tích bắp có khả năng giảm nhẹ so với năm trước. Dự báo tiêu thụ ngũ cốc thế giới năm 2022/23 đạt 2 778 triệu tấn, giảm 0,7% so với năm 2021/22, giảm 5,4 triệu tấn so với dự báo tháng trước, chủ yếu là do dự báo tiêu thụ ngô trong công nghiệp giảm (đặc biệt là ở Trung Quốc và Mỹ), cũng như tiêu thụ lúa mạch và thức ăn công nghiệp giảm. Dự báo tiêu thụ ngô toàn cầu năm 2022/23 đạt mức 485 triệu tấn, giảm 1,2% so với năm 2021/22, đây là mức giảm đầu tiên trong hơn

một thập kỷ. Trong khi đó, tổng mức tiêu thụ lúa mì toàn cầu vẫn được dự báo sẽ tăng nhẹ 0,3% vào năm 2022/23, lên 775 triệu tấn, chủ yếu tăng trưởng trong tiêu thụ thực phẩm và các mục đích sử dụng khác bù đắp cho sự sụt giảm trong sử dụng thức ăn chăn nuôi. Tỷ lệ tiêu thụ gạo toàn cầu trong năm 2022/23 ở mức 518,3 triệu tấn, ít thay đổi so với dự báo hồi tháng 10 và giảm 0,7% so với năm trước do dự kiến giảm giá thức ăn chăn nuôi và sử dụng trong công nghiệp.



Dự trữ ngũ cốc thế giới vào cuối mùa vụ năm 2023 được dự báo sẽ giảm 2% so với đầu vụ, xuống 841 triệu tấn, giảm 7,3 triệu tấn so với dự báo của tháng trước. Dựa trên dự báo về nguồn cung và tiêu thụ mới nhất, tỷ lệ dự trữ trên cơ sở tiêu thụ ngũ cốc thế giới được dự đoán sẽ giảm từ 30,9% năm 2021/22 xuống 29,4% vào năm 2022/23, nhưng vẫn cho thấy nguồn cung tương đối thoải mái. Dự trữ lúa mì toàn cầu vẫn được dự báo sẽ tăng 2% so

với mức đầu vụ, bất chấp đợt điều chỉnh giảm 3,1 triệu tấn trong tháng này. Lần điều chỉnh giảm cuối cùng này chủ yếu phản ánh kỳ vọng về lượng hàng tồn kho giảm ở Ukraine, Ấn Độ và Mỹ. Tương tự, việc điều chỉnh giảm dự trữ bắp ở Ukraine, do xuất khẩu tăng, cũng như dự trữ bắp giảm ở Mỹ, do sản lượng giảm, đã dẫn đến việc cắt giảm 4,6 triệu tấn đối với dự trữ ngũ cốc thô toàn cầu trong tháng này. Với những sửa đổi này, dự trữ ngũ cốc thô toàn cầu, hiện được dự báo ở mức 347 triệu tấn, giảm 5,3% so với đầu vụ và đạt mức thấp nhất kể từ năm 2013/14, phần lớn là do dự trữ bắp toàn cầu giảm 5,5%. Dự báo của FAO về dự trữ gạo thế giới vào cuối năm 2022/23 là 193,4 triệu tấn, giảm 1,8% so với mức kỷ lục hồi đầu vụ, nhưng vẫn là mức tồn kho lớn thứ ba từ trước đến nay. Hầu hết dự báo tồn kho giảm là do tồn kho của các nhà xuất khẩu gạo, mặc dù các nhà nhập khẩu, đáng chú ý nhất là Colombia, Liên minh châu Âu, Senegal và Sri Lanka, cũng đang giảm dự trữ gạo.

Dự báo xuất khẩu ngũ cốc thế giới trong năm 2022/23 ở mức 469 triệu tấn, giảm 2,2% so với mức 2021/22, mặc dù đã điều chỉnh tăng 1,7 triệu tấn so với dự báo tháng trước. Dựa trên tốc độ vận chuyển tăng cho đến cuối tháng 10 theo Ký kết về xuất khẩu Ngũ cốc Biển Đen, dự báo xuất khẩu lúa mì của Ukraine tăng đã nâng dự báo xuất khẩu lúa mì toàn cầu cho năm 2022/23 (từ tháng 7/2022 đến tháng 6/2023) thêm 1,9 triệu tấn và đạt mức 194 triệu tấn, dự báo xuất khẩu lúa mì toàn cầu của FAO vẫn giảm 1% so với mức 2021/22. Gần như không thay đổi trong tháng này ở mức 223 triệu tấn, xuất khẩu ngũ cốc thô toàn cầu cũng được dự báo sẽ giảm 3,4% vào năm 2022/23 (từ tháng 7/2022 đến tháng 6/2023), chủ yếu do xuất khẩu lúa mạch và bo bo toàn cầu giảm, xuất khẩu ngô giảm nhẹ. Trong tháng này, dự báo xuất khẩu ngô của Ukraine tăng, xuất khẩu của Mỹ, Liên minh Châu Âu và Liên bang Nga giảm nhẹ, dự báo xuất khẩu bắp 2022/23 (từ tháng 7/2022 đến tháng 6/2023) toàn cầu đạt gần 180 triệu tấn. Sau ba năm tăng liên tiếp, xuất khẩu gạo thế giới có thể giảm 1,6% vào năm 2023 (từ tháng 1 đến tháng 12) xuống còn 52,9 triệu tấn. Ngoại trừ châu Mỹ và Australia, hầu hết các khu vực dự kiến sẽ nhập khẩu ít gạo hơn so với cùng kỳ năm trước, trong đó giảm mạnh nhất là các nước châu Á.

*Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương*

## THÔNG TIN THỦY SẢN

### Tình hình xuất khẩu tôm, cá tra, cá ngừ và nhuyễn thể đến hết tháng 10/2022

#### Xuất khẩu tôm tháng 10/2022 giảm 26%



XK tôm Việt Nam 9 tháng đầu năm 2022 ghi nhận tăng trưởng 23% đạt gần 3,4 tỷ USD. Tuy nhiên, XK tôm thực sự chỉ tăng đột phá vào nửa đầu năm nhờ giá XK cao và nhu cầu của thị trường tăng mạnh. Từ quý III, XK tôm đã chững lại và giảm dần tăng trưởng so với cùng kỳ năm trước và giảm dần so với những tháng liền kề trước đó. Quý III/2022, XK tôm cả nước đạt 1,13 tỷ USD, chỉ tăng nhẹ 9% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, XK tôm chân trắng chỉ tăng gần 4%, XK tôm sú giảm 7%. Riêng trong tháng 9, XK tôm chân trắng đã giảm 5% so với cùng kỳ, XK tôm sú giảm 7%. Tuy nhiên, XK tôm hùm trong quý III tăng gấp hơn 4

lần so với cùng kỳ. Sang tháng 10, với mức giảm sâu 26%, XK tôm đã bộc lộ rõ xu hướng đi xuống của thị trường NK cũng như các bất cập của DN tôm nói riêng và toàn ngành thủy sản nói chung.

Theo đó, trong tháng 10, XK tôm chỉ thu được 313 triệu USD, mức thấp nhất từ đầu năm nay (trừ tháng 2 có kỳ nghỉ tết Nguyên đán). Luỹ kế tới hết tháng 10, ngành tôm XK ghi nhận doanh số trên 3,7 tỷ USD, tăng 16% so với cùng kỳ năm trước. Trong tháng 10, các thị trường chính đều bị sụt giảm rất mạnh NK tôm từ Việt Nam. Theo đó, XK tôm sang Mỹ giảm 56% đạt trên 52 triệu USD, sang Nhật Bản giảm 19%, sang Hàn Quốc giảm 26%, sang Anh và các nước EU giảm sâu từ 55% - 88% so với cùng kỳ. Riêng XK sang Trung Quốc và Hongkong vẫn giữ được tăng trưởng lần lượt là 18% và 14% so với tháng 10/2021. Tính tới hết tháng 10, dù giảm 19% so với cùng kỳ, nhưng thị trường Mỹ vẫn chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm gần 20% XK tôm Việt Nam với kim ngạch đạt 727 triệu USD, tương đương khoảng 63 nghìn tấn tôm.

Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp Mỹ, 9 tháng đầu năm nay, thị trường này NK khoảng 646,5 nghìn tấn tôm từ 40 nước, trị giá trên trên 6 tỷ USD. Khối lượng NK tương đương với cùng kỳ năm trước, nhưng giá trị tăng 9%. Nguyên nhân là do giá NK trung bình tăng 8,4% lên 9,41 USD/kg. Việt Nam là nguồn cung tôm lớn thứ 4 tại thị trường Mỹ, chiếm 9% về khối lượng và 11% về giá trị. Giá trung bình NK tôm Việt Nam vào Mỹ cao hơn 9% so với cùng kỳ, từ mức 10,59 USD tăng lên 11,54 USD/kg. Ấn Độ, Indonesia và Ecuador vẫn chiếm thị phần chi phối với 35%, 20% và 19% về giá trị. Giá trung bình NK tôm từ 3 nước này vào Mỹ đạt lần lượt 9,25 USD, 9,63 USD và 7,67 USD/kg, cũng tăng từ 7-10% so với cùng kỳ năm trước. Ngoài Mỹ, XK tôm sang Italy tính tới cuối tháng 10 cũng giảm 18%, sang Anh giảm 6%. Bất ổn về kinh tế, chính trị và xu hướng tăng giá hàng hóa, đặc biệt là giá năng lượng đã tác động nặng nề tới thị trường Italy và Anh trong năm nay, khiến cho NK hàng hoá hầu hết các loại đều giảm.

Tuy nhiên, XK tôm sang các thị trường khác tính đến cuối tháng 10 vẫn giữ được tăng trưởng khả quan, trong đó sang Trung Quốc tăng 70%, sang Australia tăng 50%, sang Canada tăng 38%, sang Hàn Quốc tăng 31%. Mặc dù đang giai đoạn cuối năm, nhưng XK tôm trong 2 tháng tới khó giữ được tăng trưởng như những tháng trước vì nhu cầu trên thị trường ngày càng sụt giảm, nguồn nguyên liệu khó khăn và chi phí sản xuất thì vẫn cao, trong khi DN và người nuôi thì thiếu vốn để quay vòng đầu tư SX – chế biến XK.

#### Xuất khẩu cá tra tháng 10/2022 xuống mức thấp nhất năm

Dù vẫn tăng 16% so với cùng kỳ, nhưng kết quả 159 triệu USD kim ngạch XK cá tra trong tháng 10 là mức thấp nhất kể từ đầu năm 2022 tới nay. Mức tăng trưởng XK so cùng kỳ năm trước cũng thấp nhất trong các tháng. Luỹ kế tới hết tháng 10 XK cá tra Việt Nam đạt 2,1 tỷ USD, tăng 75% so với cùng kỳ năm

trước. So với mức đỉnh 310 triệu USD đạt được hồi tháng 4, thì doanh số trong tháng 10 giảm gần một nửa. Những tín hiệu thị trường không còn được tích cực như giai đoạn nửa đầu năm. Lạm phát khiến nhu cầu giảm dần qua từng tháng, nhất là tại các thị trường Mỹ, EU, Anh, thậm chí ở cả các thị trường vốn có lợi thế về thuế quan CPTPP hoặc lợi thế về địa lý. Cụ thể, XK cá tra sang Mỹ trong tháng 10 đã giảm gần 25% xuống còn 32 triệu USD. Bắt đầu từ tháng 7, XK cá tra sang thị trường Mỹ chỉ dao động 32-33 triệu USD mỗi tháng, mức sụt giảm “hụt hẫng” so với mức đỉnh 81 triệu USD hồi tháng 4.



Theo thống kê của Bộ Nông nghiệp Mỹ, tính đến hết quý III/2022, nước này đã NK khoảng 104,5 nghìn tấn cá tra phile đông lạnh (mã HS 03046200) của Việt Nam, trị giá 610,5 triệu USD, tăng 19% về lượng nhưng cao hơn 66% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. So với cùng kỳ năm 2021, giá trung bình NK cá tra phile đông lạnh từ Việt Nam vào Mỹ tăng 53,3% từ 2,78 USD lên 4,26 USD/kg. Cá tra phile đông lạnh chiếm gần 60% tổng khối lượng các loài cá NK từ Việt Nam vào Mỹ, về giá trị chiếm 43%. Đây cũng là sản phẩm có giá NK tăng nhiều nhất trong các sản phẩm thủy sản NK vào Mỹ trong 3 quý đầu năm nay. XK cá tra sang các thị trường chính trong khối EU có các xu hướng khác nhau trong tháng 10/2022. Trong khi XK sang Bỉ giảm 25%, XK sang Đức lại tăng đột biến 384%, sang Hà Lan vẫn giữ tăng trưởng nhẹ 10%, sang Tây Ban Nha tăng 142%.

Trong tháng 10, XK sang những thị trường nhỏ vốn được coi là tiềm năng trong những năm gần đây như Mexico, Malaysia, Colombia, Arap Xê út... đều bị giảm từ 13-53% so với cùng kỳ năm trước. Trong bức tranh XK cá tra có xu hướng trầm xuống ở các thị trường trong tháng 10, vẫn còn niềm hy vọng với thị trường trụ cột Trung Quốc và Honkong. Trong tháng này, XK cá tra sang Trung Quốc vẫn tăng 23% và sang Hongkong tăng 123%. Tính tới hết tháng 10, Trung Quốc vẫn là thị trường số 1 của cá tra Việt Nam với tổng giá trị XK đạt 594 triệu USD, chiếm 28% và tăng 106% so với cùng kỳ năm 2021. Nếu tính cả Hongkong thì khối thị trường này chiếm 30% với 632 triệu USD doanh số XK cá tra Việt Nam. Ngoài ra, vẫn có một số thị trường nhỏ đang tăng mạnh NK cá tra Việt Nam, như Nga tăng gấp gần 5 lần so với tháng 10/2021, Thái Lan tăng 13%... Với đà sụt giảm như tháng 10 thì XK cá tra đến cuối năm có thể đạt khoảng 2,45-2,5 tỷ USD, tăng 54% so với năm 2021.

#### **Xuất khẩu cá ngừ chững lại trong tháng 10/2022**

Sau nhiều tháng tăng trưởng tốt bất chấp lạm phát, xuất khẩu cá ngừ của Việt Nam đã chững lại trong tháng 10/2022. Giá trị XK trong tháng này chỉ tăng 4% so với cùng kỳ năm 2021, đạt hơn 76 triệu USD, mức thấp thứ 2 kể từ đầu năm tới nay. Tính lũy kế 10 tháng đầu năm 2022, kim ngạch XK cá ngừ đạt hơn 884 triệu USD, tăng 49% so với cùng kỳ năm 2021. Những tín hiệu thị trường không còn được tích cực như nửa đầu năm. Lạm phát gia tăng đang làm giảm sức mua tại các thị trường, nhất là tại các thị trường Mỹ, Bỉ, Israel, Ai Cập thậm chí ở cả các thị trường vốn có lợi thế về thuế quan CPTPP hoặc lợi thế về địa lý. Cụ thể, XK cá ngừ sang Mỹ giảm gần 6% trong tháng 10, xuống còn gần 31 triệu USD. Sau khi đạt đỉnh vào tháng 4, giá trị XK cá ngừ của Việt Nam sang Mỹ giảm liên tục qua từng tháng cho đến nay. Lạm phát tại Mỹ đã giảm, tuy nhiên vẫn ở mức cao trong vòng 40 năm qua. Do đó, giá thực phẩm vẫn ở mức đắt đỏ vì thế đã kìm hãm sức mua của thị trường này trong những tháng cuối năm.

Trong khi đó, XK cá ngừ sang EU trong tháng 10 đạt mức cao nhất kể từ đầu năm tới nay, đạt gần 19 triệu USD, tăng 22% so với tháng 10/2021. Giá trị XK sang khối thị trường này trong 3 tháng trở lại đây tăng trưởng liên tục. Theo số liệu thống kê của Hải quan Việt Nam, XK cá ngừ sang Bỉ sau khi tăng mạnh trong tháng 9 đã giảm trong tháng 10, giảm 13%. Trong khi đó, XK cá ngừ sang Tây Ban Nha lại có xu hướng tăng 33%, XK sang Đức tăng 10% so với tháng 10/2021. Việc giới chức Ngân hàng Trung ương châu Âu (ECB) phát tín hiệu cứng rắn về chính sách tiền tệ đã giúp đồng euro tăng giá làm tăng sức mua

của ngành cá ngừ châu Âu. Việc này đã khiến cho cá ngừ đóng hộp và loin cá ngừ hấp NK từ các nước vào EU rẻ hơn. Hiện tại các nhà NK cá ngừ EU đang tiến hành ký kết các đơn hàng sẽ được giao đầu năm 2023 để được miễn thuế theo hạn ngạch thuế quan tự trị (ATQ).

Trong tháng 10, XK sang những thị trường nhỏ vốn được coi là tiềm năng trong những năm gần đây như Mexico, Philippines, Chile, Ai Cập... đều giảm so với cùng kỳ năm trước. Đáng chú ý, XK cá ngừ sang Thái Lan trong tháng 10 vẫn tiếp tục duy trì đà tăng trưởng cao, tăng 120% so cùng kỳ năm 2021. Thái Lan tiếp tục là thị trường XK cá ngừ đơn lẻ lớn thứ 6 của Việt Nam trong 10 tháng đầu năm nay. Mặc dù đang ở những tháng cuối năm, nhưng với tình hình lạm phát tại các nước như hiện nay, XK cá ngừ khó giữ được đà tăng trưởng. Tuy nhiên, dự kiến giá trị XK cá ngừ đến cuối năm vẫn sẽ cán đích 1 tỷ USD.

### Năm 2022, xuất khẩu nghêu có thể mang về trên 100 triệu USD



Xuất khẩu nhuyễn thể có vỏ của Việt Nam sau khi tăng liên tục trong 5 tháng đầu năm với mức tăng từ 19 – 52%, từ tháng 6 đã liên tục sụt giảm so với cùng kỳ, giảm từ 2-8%. Tháng 10/2022, XK nhuyễn thể có vỏ đạt 14,3 triệu USD, tiếp tục giảm 4%, sau khi đạt gần 37 triệu USD, giảm 6% so với cùng kỳ năm trước và giảm 11% so với quý trước đó. Trong quý III, sản phẩm nhuyễn thể có vỏ chính là nghêu, chiếm 67% giá trị, với 24,7 triệu USD, giảm 19% so với cùng kỳ. Các loài

nhuyễn thể có vỏ khác như điệp, ốc đều chiếm trên 10% và đều có giá trị XK tăng so với cùng kỳ. Ngoài ra, XK hào, sò điệp cũng có xu hướng tăng. Lũy kế 10 tháng đầu năm, XK nhuyễn thể có vỏ đạt trên 124 triệu USD, tăng 9% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, XK nghêu chiếm 70% đạt trên 87 triệu USD, giảm 4%; còn lại là các sản phẩm như sò điệp, ốc, hào... Trong 10 tháng đầu năm nay, những thị trường chính NK các mặt hàng nhuyễn thể có vỏ của Việt Nam gồm EU chiếm 64%, Mỹ chiếm 11%, các nước CPTPP chiếm 13%, Đài Loan chiếm 7% và Anh chiếm trên 4%.

Trong quý III, XK nhuyễn thể có vỏ sang thị trường EU giảm 15% so với cùng kỳ, đạt 21 triệu USD. Lũy kế 9 tháng đầu năm, XK nhuyễn thể có vỏ sang EU đạt gần 70 triệu USD, trong đó riêng mặt hàng nghêu đạt 60 triệu USD, tăng 7%. Các thị trường chính trong khối gồm Italy, Tây Ban Nha, Đan Mạch, Bồ Đào Nha và Hà Lan, chiếm 96% XK nhuyễn thể có vỏ sang khối EU. Trong quý III, chỉ có Đan Mạch và Hà Lan tăng mạnh NK nhuyễn thể có vỏ từ Việt Nam (tăng lần lượt 114% và 61%), 3 thị trường còn lại đều giảm NK: Italy giảm 1%, Bồ Đào Nha giảm 44% và Tây Ban Nha giảm 36%. Tuy nhiên, lũy kế 9 tháng đầu năm, chỉ có Bồ Đào Nha giảm 33% NK nhuyễn thể có vỏ Việt Nam, các thị trường khác trong khối đều ghi nhận tăng trưởng dương.

XK nhuyễn thể có vỏ sang khối CPTPP tập trung chủ yếu vào thị trường Nhật Bản, chiếm hơn 9% tổng XK của cả nước. Sau khi sụt giảm trong quý I, XK sang thị trường này hồi phục nhẹ trong quý II và tăng mạnh 59% trong quý III đạt hơn 4 triệu USD. Tính đến hết tháng 9/2022, XK nhuyễn thể có vỏ sang Nhật Bản đạt trên 10 triệu USD, tăng 11% so với cùng kỳ năm trước, trong đó riêng sản phẩm nghêu 1,3 triệu USD, ốc 4,3 triệu USD, sò điệp 1,6 triệu USD. XK nhuyễn thể có vỏ sang Mỹ giảm liên tục từ đầu năm tới nay và giảm sâu nhất trong quý III, giảm 39% đạt gần 4 triệu USD. 9 tháng đầu năm, XK nhuyễn thể có vỏ sang Mỹ đạt trên 12 triệu USD, giảm 27% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, sản phẩm nghêu chiếm gần 70% với 8 triệu USD.

Dự báo XK nhuyễn thể có vỏ cả năm 2022 sẽ đạt khoảng 150 triệu USD, tăng khoảng 6% so với năm 2021, trong đó riêng nghêu chiếm 70% với giá trị đạt khoảng 105 triệu USD.

Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương

## THÔNG TIN CHĂN NUÔI

### Giá bán sản phẩm chăn nuôi dưới giá thành sản xuất

Từ đầu tháng 11 đến nay, các loại thịt gia cầm bất ngờ rớt giá giảm sâu về mức thấp hơn nhiều so với giá thành sản xuất. Khảo sát tại các trại nuôi gia cầm tư nhân trên địa bàn tỉnh Đồng Nai, giá vịt thịt bán tại trại chỉ còn 34-36 ngàn đồng/kg, tiếp tục giảm hơn 4 ngàn đồng/kg so với tuần trước. Mức giá này thấp hơn 5 ngàn đồng/kg so với giá thành sản xuất. Giá gà lông màu bán tại các trại chăn nuôi tư nhân có giá khoảng 34 ngàn đồng/kg; thấp hơn 8 ngàn đồng/kg với giá thành sản xuất bình quân của các cơ sở nuôi tư nhân. Vài tuần trở lại đây, giá heo hơi cũng liên tục trời sập và hiện đang theo chiều hướng ngày càng hạ nhiệt. Cụ thể, giá heo hơi của các công ty chăn nuôi đang từ mức 58-60 ngàn đồng/kg xuống còn 54-57 ngàn đồng/kg. Giá heo tại các trại chăn nuôi tư nhân, hộ chăn nuôi nhỏ lẻ chỉ còn từ 52 - 54 ngàn đồng/kg. Với mức giá này, chăn nuôi tư nhân, nhất là các hộ chăn nuôi nhỏ lẻ đang phải gánh lỗ.

Hơn 2 năm trở lại đây, giá thức ăn chăn nuôi liên tục tăng giá đẩy giá thành chăn nuôi tăng cao. Tuy giá các sản phẩm chăn nuôi đồng loạt giảm nhưng dự báo giá thức ăn chăn nuôi sẽ tiếp tục có đợt tăng mới càng khiến ngành chăn nuôi lao đao.

### Điểm nhìn thị trường heo hơi

#### Giá heo Trung Quốc đi ngược chiều thế giới trong tháng 10/2022



Trên thị trường thế giới, giá thịt heo tiếp tục giảm đáng kể trong tháng 10 do sức nhập khẩu toàn cầu yếu cùng với nhu cầu nội địa sụt giảm ở một số nước sản xuất hàng đầu. Dịch bệnh động vật, lạm phát và căng thẳng địa chính trị vẫn là các thách thức đối với ngành chăn nuôi thế giới. Đi ngược lại với xu hướng của thế giới, giá heo hơi và thịt heo tại Trung Quốc tiếp tục tăng cao trong bối cảnh nguồn cung sụt giảm do người dân găm hàng và lượng tồn kho đầu năm thấp. Giá thịt heo sẽ duy trì ở mức cao vào năm sau do nguồn cung thấp hơn, theo 10 nhà phân tích trong ngành, nông dân và các nhà cung cấp thức ăn chăn nuôi và gen, mặc dù họ cảnh báo nhu cầu có thể bị ảnh hưởng bởi các biện pháp phòng chống COVID-19 của Trung Quốc.

Chính phủ cho rằng việc người chăn nuôi lùi thời gian giết mổ heo để vỗ béo chúng nhiều hơn là nguyên nhân dẫn đến sự leo thang của giá, nhưng các nhà phân tích và chuyên gia nói rằng nguồn cung đã giảm đáng kể kể từ mùa đông năm trước. Còn tại Việt Nam, giá heo hơi tiếp tục xu hướng giảm bất chấp chi phí thức ăn chăn nuôi chưa có dấu hiệu hạ nhiệt. Giá heo hơi trung bình cả nước giảm 2,68 – 4.1% trong tháng 10 xuống 52.000 – 6.000 đồng/kg. Trong thời gian tới, giá vẫn sẽ dao động quanh ngưỡng 50.000 - 65.000 đồng/kg, nhưng sẽ tăng trở lại vào thời điểm cuối năm do nhu cầu tiêu thụ thịt heo tăng cao.

**Đến ngày 22/11 heo hơi Việt Nam thấp hơn Trung Quốc 32.000 đồng/kg**



Mới đây, một số hiệp hội chăn nuôi đề xuất việc mở cửa xuất khẩu thịt heo sang Trung Quốc đường tiểu ngạch nhằm đẩy giá mặt hàng này lên. Trước thông tin trên, Phó Thủ tướng Lê Văn Thành đã giao Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương và các cơ quan liên quan nghiên cứu đề xuất này. Đồng thời, Phó Thủ tướng yêu cầu chủ động triển khai các giải pháp phù hợp nhằm phát triển chăn nuôi bền vững, đáp ứng nhu cầu thực phẩm, nhất là trong dịp Tết Dương lịch và Tết Nguyên đán, đảm bảo quyền lợi cho người chăn nuôi. Hiện giá heo hơi của Trung Quốc cao hơn khá nhiều so với giá của Việt Nam. Tính đến ngày 22/11, giá heo hơi Trung Quốc khoảng 25 nhân dân tệ/kg (tương đương khoảng 86.000 đồng/kg), theo dữ liệu từ trang Zhu Wang, cao hơn 32.000 đồng/kg so với giá trong nước.

Giá heo hơi Trung Quốc tăng vọt kể từ cuối tháng 8 đến nay, khiến chính quyền Trung Quốc phải mở kho dự trữ quốc gia để đưa thịt đông lạnh ra thị trường để đảm bảo nguồn cung cho những ngày lễ. Tuy nhiên, nhiều nhà kinh doanh thịt heo cảnh báo rằng việc xả kho lạnh cũng không giúp nhiều cho việc hạ nhiệt đà tăng giá. Theo Ủy ban Cải cách và Phát triển Quốc gia Trung Quốc (NDRC), giá thịt heo tại 36 trung tâm buôn bán lớn hiện tăng 30% so với cùng kỳ năm trước và do đó nằm ở mức cảnh báo thứ hai trong ba mức cảnh báo. Chính phủ đang phản ứng với việc này bằng cách thuê nguồn dự trữ thịt heo từ bên ngoài nguồn dự trữ của nhà nước. Một số tỉnh cũng hỗ trợ tài chính cho các hộ chăn nuôi heo tư nhân để tăng nguồn cung. Tuy nhiên, cho đến nay, tất cả những việc này vẫn chưa thực sự có thể ngăn đà tăng giá.

### Bán heo sang Trung Quốc không còn dễ như trước



Tuy nhiên, ngay cả khi Việt Nam nói lỏng hoạt động xuất khẩu thịt heo sang Trung Quốc qua đường tiểu ngạch được cho là vẫn chưa thể đảm bảo rằng việc bán hàng qua con đường này thuận lợi. Qua trao đổi, ông Nguyễn Xuân Dương, Nguyên Cục trưởng Cục Chăn nuôi cho rằng cần tính toán đến mức độ khả thi của phương án này bởi việc bán heo qua đường tiểu ngạch không còn dễ như trước đây. Ngay cả khi Việt Nam chủ động nói lỏng việc kiểm soát xuất khẩu heo qua đường tiểu ngạch thì cũng chưa chắc bán được hàng sang Trung Quốc. “Nếu xuất được heo sang Trung Quốc qua đường tiểu ngạch thì tốt nhưng tôi quan ngại về tính khả thi. Năm 2017, Trung Quốc quản lý lỏng lẻo việc nhập khẩu heo qua đường tiểu ngạch nên lượng hàng bán sang đây khá nhiều. Tuy nhiên, hiện nước này vẫn đang theo đuổi chính sách COVID-19, do đó, việc quản lý hoạt động xuất nhập khẩu qua biên giới rất chặt, trong đó có đường tiểu ngạch”, ông Dương nói.

Cục Xuất nhập khẩu (Bộ Công Thương) mới đây dẫn số liệu của Cơ quan Hải quan Trung Quốc cho thấy lượng nhập khẩu thịt của quốc gia này giảm mạnh. Theo đó, lũy kế 9 tháng năm 2022, Trung Quốc nhập khẩu 5,41 triệu tấn thịt, trị giá 23,15 tỷ USD, giảm 26,8% về lượng và giảm 6,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021, chủ yếu nhập khẩu từ Brazil, Mỹ, New Zealand, Argentina và Australia. Còn về xuất khẩu heo hơi, heo đông lạnh theo đường chính ngạch, đây vẫn là câu chuyện xa vời bởi Việt Nam từng đàm phán với Trung Quốc cách đây nhiều năm nhưng không thành công. Sản phẩm xuất khẩu cũng chỉ chủ yếu là heo sữa và heo choai sang các thị trường Trung Quốc, Hồng Kông và Malaysia mà không phải các sản phẩm có thể sản xuất quy mô lớn như đông lạnh hay thịt tươi. Nguyên nhân không phải vì doanh nghiệp không mặn mà với việc xuất khẩu mà vì hoạt động quản lý dịch bệnh vẫn chưa thể đáp ứng yêu cầu của quốc tế.

Theo đó, để xuất khẩu heo hơi, thịt đông lạnh, Việt Nam cần có vùng chăn nuôi an toàn sinh học được OIE công nhận. Tuy nhiên, đặc tính các vùng chăn nuôi của Việt Nam là trang trại lớn, khép kín nằm xen kẽ với các hộ chăn nuôi nhỏ lẻ chưa đủ điều kiện đảm bảo an toàn dịch bệnh. Do đó, việc kiểm soát tuyệt đối rủi ro dịch bệnh khó khăn. Mới đây, Cục Xuất nhập khẩu nhận định thời gian qua, xuất khẩu thịt và các sản phẩm từ thịt của Việt Nam còn chưa tương xứng với sản lượng sản xuất hàng năm. Hiện nay, lượng thịt heo xuất khẩu vẫn còn đang quá nhỏ so với tổng sản lượng xuất chuồng. Nguyên nhân do những hạn chế ở khâu chế biến, dự báo thị trường cung cầu để điều tiết sản xuất cũng như phòng chống dịch bệnh chưa tốt, trong khi giá thành sản xuất chăn nuôi heo ở nước ta cao so với mức bình quân trên thế giới. Do đó, giá thịt heo ở Việt Nam đang khó cạnh tranh với các nước khác.



Sở dĩ, giá thành nuôi heo ở Việt Nam cao do phụ thuộc tới 70% nguồn nguyên liệu thức ăn chăn nuôi nhập khẩu, trong khi đó chi phí này chiếm tới 65 - 70% cơ cấu giá thành nuôi. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan Việt Nam, trong quý III/2022, Việt Nam xuất khẩu được 3,99 nghìn tấn thịt và sản phẩm thịt, trị giá 21,18 triệu USD, tăng 4,9% về lượng và tăng 22,8% về trị giá so với cùng kỳ năm 2021.

### **Giá heo hơi khó lòng phục hồi mạnh**



Mặc dù không mấy lạc quan trước phương án xuất khẩu heo sang Trung Quốc qua đường tiểu ngạch, ông Dương cho rằng giá heo hơi sẽ phục hồi khi sát thời điểm Tết Nguyên đán do nhu cầu tăng cao. "Tuy nhiên, mức tăng sẽ không như kỳ vọng bởi nguồn cung trong nước vẫn đang tăng lên", ông Dương nói. Theo số liệu của Tổng Cục Thống kê, tính đến cuối tháng 10, tổng đàn heo của cả nước tăng 13,6% so với cùng kỳ năm trước. Còn về nguồn cung từ nước ngoài, theo số liệu của Tổng cục Hải quan, trong quý III, kim ngạch nhập khẩu các loại thịt và sản phẩm từ thịt tăng 24,4% so với cùng kỳ năm trước lên 418 triệu USD. Tính đến ngày 22/11, giá heo hơi cả nước khoảng 52.000 - 54.000 đồng/kg, giảm khoảng 30% so với cao điểm hồi tháng 7. Cục Xuất nhập khẩu mới đây dự báo trong thời gian tới, giá heo hơi vẫn sẽ dao động quanh ngưỡng 50.000-65.000 đồng/kg.

Thời gian qua, giá heo hơi giảm, nhưng giá thức ăn chăn nuôi và giá vật tư đầu vào, đặc biệt là thức ăn chăn nuôi vẫn không giảm. Chỉ còn gần 2 tháng nữa là đến Tết Nguyên đán Quý Mão 2023, nhu cầu thực phẩm cho ngày Tết cũng sẽ tăng lên, trong đó có nhu cầu sử dụng thịt gia súc, gia cầm. Vì vậy, hiện nay người chăn nuôi cũng chuẩn bị nguồn thịt cung ứng cho người tiêu dùng đón Tết. "Tuy nhiên, với những biến động kinh tế, thị trường hiện nay, người chăn nuôi muốn tái đàn, mở rộng đàn gia súc, gia cầm để tăng lượng thịt cung ứng cũng phải tính toán kỹ lưỡng" Cục Xuất nhập khẩu cho biết. Theo ông Dương, chi phí nuôi hiện dao động khoảng 50.000 - 55.000 đồng/kg. Với diễn biến giá thời gian gần đây, các doanh nghiệp quy mô lớn hoà vốn hoặc lãi nhẹ còn với các hộ dân nhỏ lẻ thì thua lỗ. "Để cải thiện giá heo hơi, tôi cho rằng điều quan trọng nhất lúc này cần kiểm soát nhập khẩu. Bên cạnh đó, về dài hạn cần đẩy mạnh chăn nuôi heo theo hình thức liên kết, an toàn sinh học theo quy mô lớn nhằm giảm chi phí", ông Dương nói.

*Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương*

## THÔNG TIN LÚA GẠO

### Tổng quan thị trường lúa gạo tuần đến ngày 18/11

Trong tuần qua (tuần đến ngày 18/11), giá lúa ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long có sự tăng nhẹ, trong khi đó một số loại gạo lại giảm. Giá lúa thường tại ruộng cao nhất là 6.650 đồng/kg, giá bình quân là 6.418 đồng/kg, tăng 75 đồng/kg. Giá lúa thường tại kho cao nhất 8.950 đồng/kg, trung bình là 7.350 đồng/kg, tăng 25 đồng/kg. Giá các mặt hàng gạo lại có sự giảm nhẹ. Theo đó, gạo 5% tấm có giá cao nhất 10.600 đồng/kg, giá bình quân 10.257 đồng/kg, giảm 93 đồng/kg. Gạo 15% tấm có giá cao nhất 10.400 đồng/kg, giá bình quân 10.008 đồng/kg, giảm 83 đồng/kg. Tuy nhiên, gạo 25% tấm có giá cao nhất 10.200 đồng/kg, giá bình quân 9.750 đồng/kg, tăng 75 đồng/kg. Gạo xát trắng loại 1 lại tăng 50 đồng/kg, có giá trung bình là 10.525 đồng/kg. Số liệu từ Viện Chính sách và Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn cho thấy, tại Sóc Trăng, giá lúa vẫn giữ ổn định như: Đài Thơm 8 là 6.800 đồng/kg; OM 5451 là 6.800 đồng/kg, ST 24 là 8.000 đồng/kg.

Tại Cần Thơ, giá lúa tăng 100 đồng/kg ở các loại như Jasmine là 7.200 đồng/kg, OM 4218 là 6.400 đồng/kg. Riêng IR 50404 vẫn ở mức 6.000 đồng/kg. Giá lúa tại Hậu Giang có sự tăng giảm tùy loại như: IR 50404 là 6.400 đồng/kg, giảm 100 đồng/kg; còn RVT là 8.400 đồng/kg, tăng 100 đồng/kg so với tuần trước. Riêng lúa OM 18 vẫn giữ 7.100 đồng/kg. Giá lúa ở Tiền Giang hầu hết không đổi như IR 50404 là 6.800 đồng/kg; Jasmine vẫn ổn định ở mức 7.200 đồng/kg. Riêng OC ở mức 6.700 đồng/kg, tăng 200 đồng/kg. Theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, giá lúa tươi tại An Giang như: Nàng hoa 9 đang được thương lái thu mua ở mức 6.900-7.200 đồng/kg, tăng 200 đồng/kg. Với mức tăng tương tự OM 18 có giá từ 6.700 – 7.000 đồng/kg. Một số loại nhìn chung vẫn ổn định như: Đài Thơm 8 từ 6.600-6.800 đồng/kg; IR 50404 ở mức từ 6.500 – 6.600 đồng/kg. Riêng lúa OM 5451 từ 6.500 – 6.600 đồng/kg.

Vụ Đông Xuân 2022-2023, diện tích xuống giống tại An Giang dự kiến hơn 228.500 ha. Vụ này, dự kiến Tập đoàn Lộc Trời sẽ thực hiện kế hoạch liên kết và tiêu thụ 110.000 ha. Tập đoàn đã ký hợp đồng liên kết thông qua các hợp tác xã, tổ hợp tác và các hộ nông dân với diện tích 18.840 ha/110.000 ha đạt 17,13 % so với kế hoạch. Từ nay đến hết năm 2022, phía Tập đoàn Lộc Trời tiếp tục triển khai và ký hợp đồng với nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác. Nhiều nông dân ở tỉnh Trà Vinh đã thực hiện theo khuyến cáo của ngành chuyên môn đưa các giống lúa mới chất lượng cao, đạt tiêu chuẩn xuất khẩu vào sản xuất kéo giảm được chi phí, bán được giá cao, tăng lợi nhuận từ 15 – 20% so với các giống lúa cũ. Vụ lúa Thu Đông năm 2022, ước có hơn 80% diện tích gieo sạ được nông dân trong tỉnh sử dụng các giống lúa có năng suất, chất lượng cao như: OM 4900, OM 5451, Đài thơm 8, ST20, ST25....

Chi cục Trồng trọt và Bảo vệ thực vật Trà Vinh cho biết thêm, ở vụ lúa Đông Xuân 2022 -2023, toàn tỉnh có kế hoạch gieo sạ hơn 51.700 ha. Lịch thời vụ xuống giống được khuyến cáo bắt đầu từ ngày 4/11 đến cuối tháng 12/2022. Các giống lúa được ngành nông nghiệp tỉnh khuyến cáo sản xuất gồm những nhóm lúa chủ lực như: OM 5451, OM 18, OM 4900, Đài thơm 8 và nhóm lúa giống bổ sung OM 429, RVT, ST 5, ST 20, ST 24, ST 25. Trên thị trường chào bán gạo xuất khẩu, giá gạo 5% tấm của Việt Nam không đổi ở mức từ 425-430 USD/tấn. Một thương nhân tại Thành phố Hồ Chí Minh cho biết nhu cầu gạo Việt Nam đã cao hơn dự đoán trước đây và xuất khẩu năm 2022 dự kiến sẽ vượt mục tiêu. Theo các chuyên gia, nếu duy trì sản lượng xuất khẩu trên 400.000 tấn/tháng trong 2 tháng cuối năm, xuất khẩu mặt hàng gạo năm nay có thể đạt từ 6,8 - 7 triệu tấn.

Các thương nhân cho biết, nhu cầu từ các khách hàng châu Âu, đặc biệt là đối với gạo thơm và các thị trường trọng điểm như Philippines và Trung Quốc nhiều hơn, nhưng nguồn cung trong nước đang cạn kiệt. Trong khi giá xuất khẩu gạo của Việt Nam không đổi thì giá gạo xuất khẩu của Ấn Độ đã tăng trong tuần qua nhờ nhu cầu từ nước ngoài tăng và trong bối cảnh chính phủ tích cực mua thóc lúa để khuyến khích sản xuất trong nước đã làm tăng chi phí thu mua của thương nhân. Giá gạo 5% tấm của Ấn Độ tăng lên, đạt từ 373-378 USD/tấn so với mức từ 370-375 USD/tấn của tuần trước đó, trong bối cảnh nhu cầu xuất khẩu cũng cao hơn. Một nhà xuất khẩu tại Kakinada, Andhra Pradesh cho biết Chính phủ đã mua lúa vụ mùa mới với giá cao hơn (đã được điều chỉnh). Các nhà xuất khẩu cần phải trả nhiều tiền hơn để đảm bảo nguồn cung.

Ấn Độ đã tăng giá mua lúa vụ mới từ nông dân thêm 5,2%, mức tăng lớn nhất trong 5 năm, trong bối cảnh New Delhi khuyến khích nông dân tăng diện tích và sản lượng. Trong khi đó, một quan chức cấp cao của Bộ Nông nghiệp Ấn Độ cho biết sản lượng lúa vụ mùa lớn thứ hai của nước láng giềng Bangladesh có thể đạt 17 triệu tấn, vượt mục tiêu 16 triệu tấn, do nông dân tăng diện tích canh tác để nâng cao thu nhập khi giá cao hơn. Bangladesh đã phải vật lộn để tích trữ gạo sau khi tình trạng lũ lụt diễn biến nghiêm trọng hơn. Giá gạo 5% tấm của Thái Lan cũng đã tăng lên mức cao nhất kể từ đầu tháng 10/2022, ở mức từ 410-425 USD/tấn. Các nhà giao dịch cho hay đồng bath tăng giá làm giảm lợi nhuận của các nhà xuất khẩu từ việc bán hàng ở nước ngoài và buộc họ phải tăng giá bán gạo.

#### **Xuất khẩu gạo tăng trưởng tích cực**

Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, trong tháng 10/2022 cả nước xuất khẩu 713.546 tấn gạo, tương đương 341,06 triệu USD, giá trung bình 478 USD/tấn, tăng 22,4% về lượng và tăng 23,9% kim ngạch, giá tăng nhẹ 1,3% so với tháng 9/2022; so với tháng 10/2021 thì tăng 15,5% về lượng, tăng 6% kim ngạch nhưng giảm 8,2% về giá. Trong tháng 10/2022 xuất khẩu gạo sang thị trường chủ đạo Philippines tăng mạnh trở lại 45,4% về lượng và tăng 50,6% kim ngạch so với tháng 9/2022, đạt 268.787 tấn, tương đương 122,91 triệu USD; nhưng giảm 2,6% về lượng, giảm 10,5% kim ngạch, giảm 8,2% về giá so với tháng 10/2021. Xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc tháng 10/2022 tiếp tục tăng 24,7% về lượng và tăng 26,1% kim ngạch so với tháng 9/2022, đạt 131.609 tấn, tương đương 63,31 triệu USD; so với tháng 10/2021 thì tăng mạnh 66,7% về lượng, tăng 75% kim ngạch. Tính chung cả 10 tháng năm 2022 lượng gạo xuất khẩu của cả nước đạt trên 6,08 triệu tấn, tương đương trên 2,95 tỷ USD, tăng 17,4% về khối lượng, tăng 7,6% về kim ngạch so với 10 tháng năm 2021, giá trung bình đạt 484 USD/tấn, giảm 8,3%.

Philippines vẫn đứng đầu về tiêu thụ gạo của Việt Nam, chiếm 45% trong tổng lượng và chiếm 43% trong tổng kim ngạch gạo xuất khẩu của cả nước, đạt 2,74 triệu tấn, tương đương 1,27 tỷ USD, giá trung bình 462,3 USD/tấn, tăng 30,8% về lượng, tăng 18,4% về kim ngạch nhưng giảm 9,5% về giá so với 10 tháng đầu năm 2021. Tiếp sau đó là thị trường Trung Quốc chiếm gần 13% trong tổng lượng và tổng kim ngạch, đạt 757.575 tấn, tương đương 382,68 triệu USD, giá trung bình 505 USD/tấn, giảm 18% về lượng và giảm 16,8% kim ngạch; giá tăng nhẹ 1,5% so với cùng kỳ năm 2021. Thị trường Bờ Biển Ngà đứng thứ 3 đạt 588.621 tấn, tương đương 264,46 triệu USD, giá 449,3 USD/tấn, tăng mạnh 88,4% về lượng và tăng 66,3% kim ngạch nhưng giảm 11,7% về giá so với cùng kỳ, chiếm 9% trong tổng lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của cả nước. Xuất khẩu sang các thị trường FTA RCEP đạt 4,07 triệu tấn, tương đương 1,92 tỷ USD, tăng 17,8% về lượng, tăng 9,5% kim ngạch. Xuất khẩu sang các thị trường FTA CPTTP đạt 511.396 tấn, tương đương 246,92 triệu USD, tăng 34,5% về lượng và tăng 22,7% kim ngạch.

Đặc biệt, trong tháng 10, giá gạo 5% tấm của Việt Nam đạt bình quân 425 - 430 USD/tấn, mức cao nhất kể từ tháng 11 năm trước đến nay. Mức giá này cao hơn gạo cùng loại của Ấn Độ 48 - 51 USD/tấn và Thái Lan 18 - 23 USD/tấn. Trong 2 tuần đầu tháng 11, giá gạo xuất khẩu của Việt Nam vẫn duy trì ở mức cao, cách biệt so với các nước đẩy giá gạo trong nước tăng theo và giao dịch sôi động hơn. Theo Hiệp hội Lương thực Việt Nam, gạo Việt Nam tăng giá mạnh là do nhu cầu nhập khẩu quốc tế những tháng cuối năm tăng cao trong khi nguồn cung hạn chế bởi thời tiết bất lợi ở một số nước trồng lúa. Đặc biệt, sau khi Ấn Độ hạn chế xuất khẩu gạo, nhiều đối tác đã chuyển hướng sang các thị trường khác, tạo cơ hội cho các doanh nghiệp Việt đẩy mạnh xuất khẩu. Giá gạo Việt Nam đã tăng hơn 30 USD/tấn kể từ khi Ấn Độ điều chỉnh chính sách.

Thời gian gần đây, xuất khẩu gạo Việt Nam đã có sự dịch chuyển mạnh sang phân khúc gạo thơm và gạo chất lượng cao như lúa dài thơm 8, OM 5451, OM 18... những giống lúa không nước nào có, đẩy giá gạo Việt Nam bán được mức cao. Dự báo thị trường gạo cuối năm, các doanh nghiệp cho rằng xu hướng tăng sẽ kéo dài trong thời gian tới. Mức giá cao của gạo Việt Nam sẽ kéo dài đến cuối tháng 12. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT) dự báo, với bức tranh xuất khẩu gạo tích cực từ đầu năm đến nay, trong 2 tháng cuối năm chỉ cần mỗi tháng đạt được mức tối thiểu 600.000 tấn, ước tính cả năm nay sẽ xuất khẩu 7,2-7,3 triệu tấn gạo. Đây là lượng gạo xuất khẩu cao thứ hai trong lịch sử ngành lúa gạo Việt Nam kể từ sau năm 2012.

*Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương*

## THÔNG TIN VẬT TƯ NÔNG NGHIỆP

### Việt Nam tiến tới chuẩn hóa các quy định quản lý về thức ăn chăn nuôi

Theo Cục Chăn nuôi (Bộ NN-PTNT), dựa trên cơ sở trao đổi, phản hồi về quy định của pháp luật trong quản lý thức ăn chăn nuôi, Việt Nam sẽ tiến tới chuẩn hóa các quy định để cùng nhau thực hiện một cách có hiệu quả hoạt động quản lý và thanh tra thức ăn chăn nuôi. Ông Dương Tất Thắng, Cục trưởng Cục Chăn nuôi cho biết, ngành chăn nuôi nước ta đóng góp trên 25% vào GDP ngành nông nghiệp, đồng thời giữ tốc độ tăng trưởng ổn định từ 5-6%/năm suốt thời gian qua. Với vai trò quan trọng trong việc đảm bảo an ninh lương thực, thực phẩm cho gần 100 triệu dân, bảo đảm sinh kế cho gần 10 triệu người, chăn nuôi góp phần giúp ngành nông nghiệp thành trụ đỡ của nền kinh tế, đặc biệt trong thời gian dịch bệnh.

Hiện ngành chăn nuôi có hệ thống thể chế, pháp luật tương đối hoàn thiện, sát với yêu cầu thực tiễn sản xuất và mang tính hội nhập cao. Cụ thể, Việt Nam đã có Luật Chăn nuôi, 03 Nghị định, 05 Thông tư, 01 Chiến lược phát triển ngành chăn nuôi giai đoạn 2021 – 2030 tầm nhìn 2045, 01 Chiến lược phát triển bền vững ngành NN-PTNT. Cùng với đó là hệ thống tiêu chuẩn, quy chuẩn kỹ thuật đồng bộ. Đây là hệ thống thể chế quan trọng để vận hành ngành chăn nuôi theo hướng an toàn sinh học, an toàn thực phẩm, phúc lợi động vật, giúp toàn ngành nâng cao giá trị gia tăng, hội nhập quốc tế và phát triển bền vững. Một loạt văn bản quy phạm pháp luật này cùng với Nghị định 13/2020/NĐ-CP, Nghị định 46/2022/NĐ-CP, Nghị định 14/2021/NĐ-CP và Thông tư số 21/2019/TT-BNNPTNT... giúp ngành chăn nuôi nói chung và lĩnh vực sản xuất thức ăn chăn nuôi nói riêng tạo lập môi trường đầu tư tốt và cạnh tranh minh bạch cho các doanh nghiệp. Tuy nhiên, ông Dương Tất Thắng nhận định, hệ thống văn bản quy phạm pháp luật nói chung thường có độ trễ và đôi khi còn những điểm còn hạn chế so với yêu cầu của thực tiễn sản xuất. Điều này đúng trong lĩnh vực sản xuất thức ăn chăn nuôi.

Do đó, việc rà soát, điều chỉnh pháp luật để tăng tính hiệu quả, hiệu lực của hệ thống văn bản quy phạm pháp luật là hết sức cần thiết. Điều này giúp tạo tập, hỗ trợ các tổ chức, cá nhân hoạt động trong lĩnh vực thức ăn chăn nuôi phát triển, đồng thời phát huy hiệu lực, hiệu quả của công tác quản lý nhà nước. Trên tinh thần lắng nghe, cầu thị, đồng hành cùng cộng đồng doanh nghiệp và người chăn nuôi, Cục Chăn nuôi đã thực hiện rà soát, đánh giá các quy định pháp luật, đồng thời tiếp thu kiến nghị, đề xuất để hoàn thiện hệ thống pháp luật về quản lý chăn nuôi nói chung và quản lý thức ăn chăn nuôi nói riêng. Cụ thể, Cục đã tham mưu Bộ NN-PTNT trình Chính phủ ban hành Nghị định số 46/2022/NĐ-CP ngày 13/7/2022 về sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 13/2020/NĐ-CP (có hiệu lực từ ngày 13/7/2022); trình Bộ ban hành Thông tư số 05/2021/TT-BNNPTNT ngày 30/6/2021 về sửa đổi 01:2021 QCVN 01-190:2020/BNNPTNT (có hiệu lực từ ngày 01/7/2021). Thời gian tới, Cục cam kết sớm trình ban hành sửa đổi Thông tư 21/2019/TT-BNNPTNT và sửa đổi QCVN 01-183:2016.

Ở địa phương, người dân hiện khá chủ động khi tự phối trộn thức ăn cho heo, gà để giảm chi phí. Tuy nhiên, hoạt động này còn mang tính tự phát, chất lượng cũng như sản lượng chưa đảm bảo. Bà Hạ Thúy Hạnh, Phó Giám đốc Trung tâm Khuyến nông Quốc gia đã khuyến cáo, bà con tuyệt đối tuân thủ hướng dẫn kỹ thuật của ngành nông nghiệp nhằm đem lại hiệu quả kinh tế lâu dài, bền vững, đồng thời làm tiền đề để cho việc hình thành các vùng nguyên liệu lớn cho thức ăn chăn nuôi. Liên quan đến Dự thảo sửa đổi Thông tư số 21/2019/TT-BNNPTNT ngày 28/11/2019, Cục Chăn nuôi cũng đã giới thiệu một số nội dung chính. Cụ thể, tại Khoản 4 Điều 4, thức ăn hỗn hợp hoàn chỉnh cho gia súc, gia cầm, thức ăn tinh cho gia súc ăn cỏ nếu chứa thành phần kháng sinh hoặc thuốc thú y không phải kê đơn theo quy định thì đều phải ghi rõ tên, hàm lượng, mục đích sử dụng thuốc, cũng như hướng dẫn sử dụng cụ thể trên tem, mác.

Dự thảo bổ sung Khoản 5 vào Điều 4, trong đó yêu cầu thức ăn chăn nuôi đã công bố hợp quy thì phải thể hiện dấu hợp quy trong tài liệu kèm theo, hoặc trên nhãn, bao bì sản phẩm một cách rõ ràng. Trên đó, ghi rõ tên cơ sở chịu trách nhiệm, địa chỉ sản xuất, đảm bảo truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Điều 5 được sửa đổi, bổ sung theo hướng cơ sở sản xuất thức ăn chăn nuôi thương mại, theo đơn đặt hàng phải báo cáo tình hình sản xuất về Cục Chăn nuôi hoặc Sở NN-PTNT địa phương từ ngày 16 đến ngày 25 của tháng thuộc kỳ báo cáo. Sở NN-PTNT có trách nhiệm thông báo kết quả thanh, kiểm tra về Cục Chăn nuôi, Thanh tra Bộ NN-PTNT từ ngày 16 đến 25 của tháng cuối quý. Những nhãn sản phẩm thức ăn chăn nuôi chứa thuốc thú y đã in trước ngày ra Thông tư thì tiếp tục được phép sử dụng đến ngày 31/12/2024. Một số quy chuẩn kỹ thuật quốc gia mới về thức ăn chăn nuôi cũng được thông báo, trong đó người chăn nuôi phải đặc biệt lưu ý đến các giới hạn tối đa về hàm lượng độc tố nấm mốc, kim loại nặng và vi sinh vật trong thức ăn hỗn hợp.

## Tình hình nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu tháng 10/2022 và 10 tháng năm 2022 của Việt Nam



Trong tháng 10/2022, kim ngạch nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu của Việt Nam đã có xu hướng giảm nhẹ so với tháng liền trước. Tuy nhiên, lũy kế 10 tháng năm 2022, trị giá nhập khẩu nhóm hàng này vẫn đạt mức tăng trưởng khá, tăng gần 9%, so với cùng kỳ năm 2021.

Cụ thể, theo số liệu thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng thức ăn gia súc và nguyên liệu về Việt Nam tháng 10/2022 ước đạt 402 triệu USD, giảm 2,3% so với tháng 9/2022 nhưng tăng nhẹ 3,1% so với tháng 10/2021. Lũy kế 10 tháng năm 2022, trị giá nhập khẩu nhóm hàng này đạt gần 4,51 tỷ USD, tăng 9% so với cùng kỳ năm 2021. Về thị trường, trong 10 tháng năm 2022, Việt Nam nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu nhiều nhất từ thị trường Argentina, chiếm 29,8% trong tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của cả nước, đạt trên 1,34 tỷ USD, giảm 7,3% so với cùng kỳ năm 2021. Trong đó riêng tháng 10/2022 đạt 86,4 triệu USD, giảm mạnh 46,4% so với tháng 9/2022 và giảm 50% so với tháng 10/2021.

Đứng thứ hai là thị trường Brazil chiếm tỷ trọng 20,5%, đạt trên 924,61 triệu USD, tăng mạnh 90,6% so với cùng kỳ năm 2021. Riêng tháng 10/2022 nhập khẩu từ thị trường này đạt 93,61 triệu USD, tăng mạnh 45,7% so với tháng 9/2022 và tăng 283,2% so với tháng 10/2021. Tiếp đến thị trường Mỹ chiếm tỷ trọng 13%, đạt 581 triệu USD, giảm 16,2% so với cùng kỳ năm 2021. Riêng tháng 10/2022, kim ngạch nhập khẩu tăng 53,5% so với tháng 9/2022 và tăng 34,7% so với tháng 10/2021, đạt 75,36 triệu USD. Ngoài những thị trường chủ yếu kể trên, kim ngạch nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu của Việt Nam từ thị trường EU trong 10 tháng năm 2022 ước tăng 17,3% so với cùng kỳ năm 2021, đạt 395,99 triệu USD; nhập từ thị trường Đông Nam Á tăng 3,4%, đạt 307,29 triệu USD. Xét theo tốc độ tăng trưởng kim ngạch, tháng 10/2022 ghi nhận trị giá nhập khẩu từ hầu hết các thị trường thứ yếu đều có tốc độ tăng mạnh so với cùng kỳ năm 2021 như Các Tiểu Vương quốc Ả rập Thống Nhất tăng 555%, Anh tăng 176%, Mexico tăng 130%, Thổ Nhĩ Kỳ tăng 92%... Ngược lại, các thị trường có kim ngạch giảm mạnh nhất gồm Áo (giảm 86%, Đài Loan giảm 54%, Hà Lan giảm 49%, Malaysia giảm 48%...

Lũy kế 10 tháng năm 2022, Canada lại là thị trường có tốc độ tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu mạnh nhất, tăng 109% so với cùng kỳ năm 2021; tiếp đến là U.A.E tăng 98%, Brazil tăng 91%, Mexico tăng 72%... Ngược lại, các thị trường cung ứng có kim ngạch giảm mạnh gồm Malaysia giảm 53%, Áo giảm 51%, Đài Loan giảm 34%, Italia giảm 32%...

### Nhập khẩu thức ăn gia súc và nguyên liệu của Việt Nam 10 tháng năm 2022

Đơn vị tính: USD

Thị trường	T10/2022	So với T9/2022 (%)	So với T10/2021 (%)	10T/2022	So với cùng kỳ năm 2021 (%)	Tỷ trọng (%)
<b>Tổng cộng</b>	402.094.819	-2,3	3,05	4.506.678.383	8,98	100
<b>Achentina</b>	86.397.449	-46,38	-50	1.341.025.770	-7,27	29,76
<b>Brazil</b>	93.612.521	45,67	283,26	924.613.836	90,62	20,52
<b>Mỹ</b>	75.356.010	53,47	34,69	580.797.425	-16,21	12,89
<b>Hungary</b>	32.788.213	-6,5	59,08	322.645.862	28,03	7,16
<b>Ấn Độ</b>	21.881.634	54,79	36,3	243.502.913	5,45	5,4
<b>Trung Quốc (Đại lục)</b>	22.840.137	41,52	46,92	213.503.968	13,01	4,74
<b>Indonesia</b>	13.294.439	20,87	13,24	125.572.424	22,5	2,79
<b>Thái Lan</b>	9.668.927	2,01	10,67	116.233.755	24,93	2,58
<b>Hàn Quốc</b>	5.166.603	-7,69	-7,96	56.849.924	9,71	1,26
<b>Australia</b>	2.317.009	-19,65	-38,91	55.969.940	34,88	1,24
<b>Đài Loan (TQ)</b>	2.953.416	-5,69	-54,26	48.907.989	-33,64	1,09
<b>U.A.E</b>	2.297.396	134,92	555,12	29.799.993	97,67	0,66
<b>Malaysia</b>	2.205.711	-42,75	-48,54	29.364.000	-52,6	0,65
<b>Pháp</b>	1.883.165	-5,2	-37,24	22.165.280	-14,94	0,49
<b>Singapore</b>	1.753.786	-1,34	29,4	18.762.660	-12,97	0,42
<b>Hà Lan</b>	1.116.822	10,72	-49,37	18.485.017	-2,45	0,41
<b>Canada</b>	1.787.099	-42,36	30,85	18.110.652	109,09	0,4
<b>Philippines</b>	1.348.954	65,23	16,04	17.353.941	-4,38	0,39
<b>Bi</b>	1.313.962	36,84	83,07	9.534.873	1,2	0,21
<b>Chile</b>	510.845		13,73	9.022.889	-9,75	0,2
<b>Tây Ban Nha</b>	443.403	-42,75	-42,58	7.761.566	-8,52	0,17
<b>Đức</b>	1.164.495	74,77	42,91	7.049.404	-23,01	0,16
<b>Italia</b>	1.035.068	238,6	74,4	6.057.426	-32,44	0,13
<b>Mexico</b>	414.572	-60,55	130,19	4.490.575	71,69	0,1
<b>Thổ Nhĩ Kỳ</b>	338.854	-24,12	91,51	3.172.273	9,28	0,07
<b>Nhật Bản</b>	301.126	99,33	19,68	2.750.671	5,24	0,06
<b>Áo</b>	103.789		-86,01	2.291.760	-51,16	0,05
<b>Anh</b>	354.000	-21,29	175,92	1.725.419	32,95	0,04

Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương

## THÔNG TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI

### **Xúc tiến thương mại hướng đến liên kết, vận dụng thế mạnh của từng trung tâm, lợi thế từng vùng miền**

Tại Hội nghị giao ban Xúc tiến thương mại các tỉnh thành phía Nam 2022 do Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương phối hợp cùng Trung tâm Xúc tiến thương mại TP. Hồ Chí Minh tổ chức gần đây, ông Lê Hoàng Tài - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương cho biết, thời gian qua, xúc tiến thương mại đã có sự đổi mới mạnh mẽ về phương thức triển khai. Trong điều kiện di chuyển trong nước và quốc tế bị gián đoạn bởi các biện pháp giãn cách xã hội, Cục Xúc tiến thương mại đã chủ động phối hợp với các cơ quan liên quan của các Bộ, ngành, địa phương và hiệp hội, doanh nghiệp nỗ lực nghiên cứu, ban hành kịp thời cơ chế hỗ trợ Xúc tiến thương mại, thử nghiệm và nhân rộng các mô hình, phương thức mới dựa trên việc đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin, điển hình là kết nối khách hàng trực tuyến qua các chương trình hội chợ triển lãm, giao thương, trưng bày giới thiệu sản phẩm trên môi trường số. Nhờ vậy mà các hoạt động xúc tiến thương mại vẫn được duy trì, được cộng đồng doanh nghiệp và nhiều địa phương ghi nhận, đánh giá cao.

Trong điều kiện nền kinh tế chưa phục hồi đầy đủ và tăng trưởng ở những thị trường xuất khẩu chủ lực dự kiến sẽ chậm lại. Trong thời gian tới, hoạt động xúc tiến thương mại cần thay đổi để đáp ứng tốt hơn nhu cầu kết nối của các doanh nghiệp trong tình hình mới, thích ứng một cách linh hoạt để duy trì và phát triển thị trường nội địa. Đồng thời, tận dụng được cơ hội thị trường quốc tế phục hồi sau đại dịch, đáp ứng tốt các xu hướng tiêu dùng mới, tránh được các rủi ro từ sự những thay đổi về nhu cầu, tiêu chuẩn, chính sách của các thị trường xuất nhập khẩu. Đánh giá công tác xúc tiến thương mại 10 tháng đầu năm 2022, bà Bùi Hoàng Yến – Phụ trách tổ công tác phía Nam, Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương cho hay, 10 tháng đầu năm công tác xúc tiến thương mại của các địa phương khu vực phía Nam đạt nhiều kết quả tích cực. Các địa phương đã tổ chức 40 lớp tập huấn, 162 phiên chợ hàng Việt về nông thôn, tổ chức 6 đoàn khảo sát nước ngoài, 17 đoàn khảo sát trong nước... hỗ trợ hơn 2.000 lượt doanh nghiệp.

Tuy nhiên, trong bối cảnh suy thoái kinh tế, nguồn kinh phí còn hạn hẹp nên nhiều chương trình Xúc tiến thương mại chưa đảm bảo về quy mô và chiều sâu, đặc biệt là những hoạt động cần kỹ thuật cao. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp ở các địa phương chủ yếu là các doanh nghiệp nhỏ và vừa, chưa có nền tảng về cơ sở vật chất. Điều này gây khó khăn nhất định cho công tác xúc tiến thương mại. Đồng quan điểm, ông Trần Phú Lữ - Phó giám đốc Trung tâm Xúc tiến và đầu tư TP. Hồ Chí Minh (ITPC) cho biết, từ năm 2014, TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh thành phía Nam đã thực hiện chương trình hợp tác xúc tiến thương mại – đầu tư và đã đạt được một số kết quả nhất định: tại được sự gắn kết giữa lãnh đạo các trung tâm xúc tiến, chia sẻ và cùng tham gia một số chương trình mang tính khu vực hoặc quốc gia... từ đó hỗ trợ được hiệu quả hơn cho cộng đồng doanh nghiệp trong hoạt động kinh doanh, xúc tiến, thu mua và phân phối hàng hóa, phát triển thị trường góp phần đẩy mạnh hoạt động sản xuất kinh doanh. Tuy vậy, chưa thực sự tạo được sự hợp tác, gắn kết chặt chẽ lâu dài trong các chương trình xúc tiến. Hoạt động xúc tiến của từng tỉnh thành vẫn rời rạc, qui mô nhỏ, thiếu sự thu hút, hiệu quả xúc tiến chưa như kỳ vọng.

Về phía doanh nghiệp, các doanh nghiệp vẫn còn thụ động trong tham gia các hoạt động xúc tiến, quảng bá; ít tham gia do hạn chế nguồn lực tài chính, nhân sự; Sản phẩm – dịch vụ chưa đáp ứng được các yêu cầu về chất lượng, mẫu mã bao bì, chưa xây dựng được thương hiệu tốt... Trong bối cảnh tình hình thế giới năm 2023 sẽ tiếp tục có những diễn biến phức tạp, khó lường; kinh tế vĩ mô đối mặt với nhiều thách thức, sức ép lạm phát lớn, giá xăng, dầu, nguyên vật liệu đầu vào biến động mạnh; các thị trường xuất, nhập khẩu lớn, truyền thống bị thu hẹp với nhiều đơn hàng bị hủy, hoãn, thương lượng giảm giá. Bà Bùi Hoàng Yến cho rằng, trong thời gian tới, xúc tiến thương mại cần tăng cường đổi mới sáng tạo, điều chỉnh phương pháp thực hiện trực tiếp và trực tuyến phù hợp với thực tiễn. Cùng với đó, tăng cường liên kết trong hoạt động xúc tiến thương mại trong nước và nước ngoài theo hướng xây dựng chiến lược dài hơi, tập trung đúng đối tượng thay vì dàn trải.

Theo Phó giám đốc Trung tâm Xúc tiến và đầu tư TP. Hồ Chí Minh Trần Phú Lữ, hoạt động xúc tiến thương mại không nên đi vào sự kiện lớn mà tập trung kết nối B2B. Hiện nay, các đại diện thương mại, đại sứ các nước cũng bày tỏ mong muốn kết nối B2B giữa các doanh nghiệp theo từng lĩnh vực. Đồng thời liên kết vận dụng thế mạnh của từng trung tâm, lợi thế của từng vùng miền. Theo đó, ITPC cũng mong muốn các trung tâm xúc tiến chủ động, tăng cường đề xuất các chương trình hợp tác liên kết trong hoạt động xúc tiến thương mại và đầu tư theo hướng chia sẻ thông tin kế hoạch xúc tiến thương mại hàng năm giữa các đơn vị vào tháng 8-9 hàng năm. Đồng quan điểm, ông Charles Mordret – Chuyên gia ngành hàng nguyên liệu thực phẩm chương trình Xúc tiến Nhập khẩu Thủy Sản (SIPPO) bày tỏ, hoạt động xúc tiến thương mại nên được thực hiện riêng theo từng lĩnh vực do mỗi mặt hàng, sản phẩm có sự khác biệt và cần sự chuyên sâu khác nhau. Bên cạnh đó, cần tăng cường kết nối mang tính chiến lược, để tận dụng được thế mạnh riêng của từng đơn vị, lĩnh vực. Ngoài ra, xây dựng hình ảnh, sự hiện diện quốc gia, thương hiệu ngành hàng gắn với phát triển bền vững. Nâng cao khả năng lập kế hoạch, kết nối thể hiện các giá trị bao trùm và bền vững. Thúc đẩy nâng cao khả năng tiếp cận các công cụ, kênh giao dịch trên nền tảng số và khả năng ứng dụng các công cụ số.

### Doanh nghiệp cần biết: Xu hướng thị trường hàu EU



EU-27, với tổng sản lượng gần 98.000 tấn vào năm 2020, đứng thứ 5 trong số các nhà sản xuất hàu lớn trên thế giới với 2% tổng sản lượng. Từ năm 2011 đến năm 2020, sản xuất của Cộng đồng này vẫn tương đối ổn định (+1%), mặc dù từ năm 2019 đến năm 2020 đã ghi nhận mức giảm sản lượng là 7%. Theo dữ liệu của Cơ quan Giám sát Thị trường Thủy sản và Cá Châu Âu (EUMOFA), gần 83% sản lượng hàu của châu Âu đến từ Pháp, với sản lượng đạt khoảng 81.000 tấn vào năm 2020.

Tiếp theo là Pháp là Ireland với sản lượng 9.475 tấn (chiếm 10% tổng sản lượng), Bồ Đào Nha và Hà Lan với sản lượng lần lượt là 4% và 2%. Nghiên cứu của EUMOFA tập trung vào thị trường hàu sống ở 3 Quốc gia Thành viên EU: Pháp, Ireland và Hà Lan. Pháp là thị trường tiêu thụ hàu lớn nhất ở EU, đứng đầu cả về sản xuất và tiêu dùng. Hơn nữa, sản xuất của Pháp gần như được tiêu thụ hoàn toàn bởi thị trường nội địa, đồng thời cũng nhập khẩu, chủ yếu từ Ireland, Hà Lan và Anh. Mặc dù Ireland là nhà sản xuất hàu lớn thứ hai ở EU, nhưng thị trường này rất nhỏ, như trường hợp của Hà Lan.

Thương mại trong và ngoài EU chủ yếu bao gồm hàu tươi và sống. Tuy nhiên, xuất khẩu của EU sang các nước thứ ba vượt quá nhập khẩu. Pháp là nhà xuất khẩu chính và các thị trường chính là châu Á, chủ yếu là Trung Quốc và Hồng Kông. Thương mại nội khối chỉ diễn ra giữa một số Quốc gia Thành viên và, ngoài hàu sống và tươi, có cả việc xuất khẩu hàu hun khói từ Tây Ban Nha (7.428 tấn trị giá 315 triệu euro vào năm 2021). Về tiêu thụ, vào năm 2020, mức tiêu thụ hàu ở EU được ước tính là 91.488 tấn tương đương trọng lượng sống (LWE), với mức tiêu thụ bình quân đầu người ước tính là 0,20 kg. Pháp là thị trường lớn nhất với mức tiêu thụ là 75.997 tấn (1,10 kg trên đầu người). Tiếp theo là Ý với mức tiêu thụ 5.852 tấn (0,10 kg trên đầu người) và Ireland với 2.652 tấn (0,53 kg trên đầu người).

*Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương*



**GIAO THƯƠNG****Cần mua gừng tươi xuất khẩu**

Doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản tại địa bàn phía nam cần mua gừng tươi xuất khẩu với số lượng lớn.

+ *Yêu cầu:*

Hàng chất lượng tốt

Trọng lượng từ 200g/củ.

Số lượng: 1x20'fcl.

+ *Thông tin liên hệ:*

Công ty TNHH Eurosa

Địa chỉ: 27 Nguyễn Trung Trực, Quận 1, TP.HCM

ĐT: 0707835265

Email: dumyloan@gmail.com

**Cần mua gạo trắng hạt dài**

Doanh nghiệp thương mại hàng nông sản tại địa bàn phía nam đang có nhu cầu thu mua gạo trắng hạt dài (5% tấm) với số lượng lớn.

Cần tìm đối tác làm ăn lâu dài, có nhà máy và uy tín để hợp tác.

Các cá nhân, tổ chức có nhu cầu bán hàng và thiện chí, liên hệ trực tiếp để thương lượng giá cả.

+ *Thông tin liên hệ:*

Người liên hệ: Mr Hoàng

ĐT: 0939 146 389

Email: hoangphandn@gmail.com

**Nhận cung cấp phân bón vi lượng vi nấm Trichoderma**

Cơ sở kinh doanh hàng vật tư nông nghiệp có trụ sở tại địa bàn phía bắc nhận cung cấp phân bón vi lượng vi nấm Trichoderma với số lượng lớn và giá cả ưu đãi.

+ *Thông tin sản phẩm*

Vi nấm Trichoderma giúp tăng sức đề kháng với các Nấm gây bệnh như: vàng lá, thối rễ trên cây Cam sành, Bưởi, Quýt và cây ăn quả khác. Thối củ trên khoai lang, bệnh chết nhanh trên cây Tiêu, Nho, cây công nghiệp, rau mau. Trichoderma có khả năng bảo vệ cây trồng khỏi các nấm bệnh ở rễ như bệnh: Pythium, Fusarium, Rhizoctonia, Phytophthora... và cả các bệnh ở các phần trên mặt rễ. Vi nấm trichoderma gây ức chế tuyến trùng hại rễ cây Cam, Bưởi, Quýt, Thanh long...và trên các loại cây ăn quả bảo vệ rễ khỏi các tác nhân gây bệnh.

Trichoderma giúp phân hủy rơm rạ, phân chuồng, xác bã thực vật, cải tạo đất tơi xốp, tái tạo mùn cho đất, chống thoái hóa đất, hỗ trợ rễ phát triển, tăng hiệu suất sử dụng phân bón, góp phần duy trì hệ vi sinh có lợi trong đất cũng như bề mặt rễ của cây trồng...

\* *Thời kỳ sử dụng:* Dùng cho mọi giai đoạn phát triển của cây

\* *Hướng dẫn sử dụng:*

- Kết hợp được với phân hữu cơ NPK.

- Không dùng chung với thuốc BVTV.

+ *Thông tin liên hệ:*

Vật tư Nông nghiệp Hoàng Hà

Địa chỉ: Mê Trì- Từ Liêm- Hà Nội

ĐT: 0921.984.536

**Nhận cung cấp enzym nguyên liệu xử lý nước**

Cơ sở kinh doanh hàng vật tư nông nghiệp tại địa bàn phía nam nhận cung cấp enzym nguyên liệu xử lý nước với số lượng lớn và giá cả ưu đãi.

**+ Thông tin sản phẩm:**

Phân hủy nhanh chóng mùn hữu cơ, thức ăn thừa, chất thải tôm cá nhanh chóng, làm sạch đáy ao nuôi.

Loại bỏ các khí độc, khử mùi hôi đáy ao do chất béo thức ăn phân hủy.

Tăng mật độ vi sinh có lợi, cải thiện chất lượng nước ao nuôi.

Cắt tảo khi tảo phát triển quá mức.

Liều dùng:

Tháng 1: dùng 500g cho 1 ha, 1 lần/tuần

Tháng 2: dùng 750g cho 1 ha, 1 lần/tuần

Tháng 3 trở đi: dùng 1-1.5 Kg cho 1 ha, 1 lần/tuần

Cắt tảo: 2 Kg cho 1 ha

Quy cách: 25Kg/Bao

Xuất xứ: Ấn Độ, Hàn Quốc

**+ Thông tin liên hệ:**

Người liên hệ: Ms. Quyên:

ĐT: 0902772496

Địa chỉ: phường Thới An, Quận 12, Tp.HCM

Email: quyentran@bqq.com.vn

Website: bqq.com.vn

**Cần mua bột vỏ dừa khô**

Doanh nghiệp thương mại hàng nông sản tại miền nam cần mua bột vỏ dừa khô với số lượng lớn đến xuất khẩu ra thị trường nước ngoài.

**+ Yêu cầu:**

Qui cách sản phẩm như sau:

- Độ ẩm 11% max

- Protein 5% min

- Béo 0.9% min

- Đóng gói : 20 -50kg

**+ Thông tin liên hệ:**

Người liên hệ : Ni

ĐT : 0987947545

Email : v2n200391@gmail.com

**Thu mua cá cơm sống phơi khô**

Công ty TNHH Nam Vạn Long có địa chỉ tại Bình Dương đang cần mua một lượng lớn mặt hàng cá cơm khô để xuất khẩu.

**+ Yêu cầu:**

Cá cơm sống phơi khô có size: 4-6cm, 5-7cm

**+ Thông tin liên hệ:**

Công ty TNHH Nam Vạn Long

ĐT: 0903 047 955

Địa chỉ: Quận Bình Thạnh, Tp.HCM

Email: purchasing03@namvanlong.com

Website: namvanlong.com

**Cần mua các loại phế phẩm từ thủy sản**

Để phục vụ cho nhu cầu thức ăn cho các trang trại chăn nuôi gia súc số lượng lớn, một doanh nghiệp chế biến thức ăn chăn nuôi cần mua các loại phế phẩm từ thủy sản.

+ *Yêu cầu:*

Các loại phế phẩm từ thủy sản như : Đầu cá cơm, cá tạp, vỏ đầu tôm, bột tôm, vỏ sò, ....

+ *Thông tin liên hệ:*

Cá nhân hay công ty nào có thể cung cấp nguồn hàng tốt, số lượng lớn và ổn định hàng tháng, liên hệ trực tiếp theo số điện thoại 0903652429 (Gặp Đức).

**Cung cấp enzym tẩy nhớt hoạt lực mạnh Prozyme**

Doanh nghiệp thương mại vật tư nông nghiệp tại TP.HCM nhận cung cấp enzym tẩy nhớt hoạt lực mạnh Prozyme với số lượng lớn và giá cả ưu đãi.

+ *Thông tin sản phẩm:*

Hoạt lực mạnh Prozyme

Thành phần: Enzyme formulation

Đặc tính: dạng bột

Dùng trực tiếp vào ao

Công dụng:

- Tẩy giảm nhớt bọt
- Tẩy mùn bã rong rêu
- Xử lý triệt để rong nhớt bám
- Làm sạch nhanh nước
- Đảm bảo nước đẹp cho suốt vụ nuôi
- Với hàm lượng thấp đã thấy ngay hiệu quả
- Giúp tiết kiệm chi phí hóa chất và nhân công chà bọt

Quy cách: 25Kg/Thùng

Liều dùng: 0.5-1kg/1000m<sup>3</sup>

Xuất xứ: Ấn Độ

+ *Thông tin liên hệ:*

Công ty Cổ phần BQ&Q

Địa chỉ: Q. 12, Tp.HCM

ĐT: 0915 591 629

**Bán bộ vỏ ghẹ làm phân bón**

Doanh nghiệp thương mại hàng nông sản tại TP.HCM đang cần bán bộ vỏ ghẹ làm phân bón với số lượng lớn và giá cả ưu đãi.

+ *Thông tin sản phẩm:*

Bộ vỏ ghẹ với số lượng 1 container (12-13 tấn)

+ *Thông tin liên hệ:*

Người liên hệ: Nguyễn Thị Diễm Thúy

Địa chỉ: 668/19 Lê Đức Thọ, Phường 15, Quận Gò Vấp

ĐT: 0938561676

Email: thuynguyenqtkd@yahoo.com

**Thu mua chỉ sơ dừa**

Doanh nghiệp kinh doanh hàng nông sản đang có nhu cầu thu mua chỉ sơ dừa với số lượng lớn.

+ *Yêu cầu:*

Chỉ sơ dừa hàng rời, ép kiện

+ *Thông tin liên hệ:*

Liên hệ trực tiếp theo số điện thoại 0902652698 (gặp Tùng) để trao đổi các thông tin cụ thể.

Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương

## THÔNG TIN CẢNH GIÁC

### Nhập khẩu gạo tăng mạnh có thể ảnh hưởng đến sản xuất trong nước

Dù là một trong những quốc gia xuất khẩu gạo hàng đầu thế giới nhưng thời gian gần đây, gạo nhập khẩu về Việt Nam lại gia tăng mạnh. Nếu tình trạng này không được kiểm soát thì có thể gây nguy cơ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất trong nước.

Tại văn bản gửi Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn (NN&PTNT), Bộ Tài chính, Ngân hàng Nhà nước Việt Nam và một số đơn vị, bộ ngành về việc lấy ý kiến dự thảo sửa đổi Nghị định 107 về kinh doanh xuất khẩu gạo, Bộ Công Thương có lưu ý một số nội dung liên quan đến việc kiểm soát tình trạng nhập khẩu gạo về Việt Nam. Theo Bộ Công Thương, hiện sản lượng lúa gạo hằng năm của Việt Nam tương đối dồi dào, đảm bảo an ninh lương thực, dự trữ quốc gia và dành một lượng nhất định cho xuất khẩu. Hàng năm, Việt Nam dành khoảng 6 - 6,5 triệu tấn gạo cho xuất khẩu. Tuy nhiên, thời gian gần đây xuất hiện tình trạng gạo nhập khẩu về Việt Nam tăng mạnh trong bối cảnh giá lương thực thế giới tăng cao, Việt Nam chuyển sang xuất khẩu gạo có chất lượng.



Bộ Công Thương cho rằng, việc nhập khẩu gạo quá nhiều nhưng không được quản lý, thống kê đầy đủ, kịp thời sẽ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất trong nước, tác động đến sản xuất lúa gạo của Việt Nam, đời sống của người nông dân và gián tiếp ảnh hưởng đến an ninh lương thực. Cụ thể, việc nhập khẩu sẽ làm ảnh hưởng đến sản xuất lúa gạo, sản xuất thức ăn chăn nuôi, sản xuất bia, rượu, sản xuất các sản phẩm từ gạo như bún, bánh... tạo cạnh tranh với sản phẩm trong nước, tác động đến đời sống của người sản xuất và có thể gián tiếp ảnh hưởng đến an ninh lương thực, an ninh kinh tế - xã hội. Theo Bộ Công Thương, cần có quy định về quản lý nhập khẩu gạo để giúp cơ quan quản lý nhà nước chủ động, kịp thời điều tiết, điều hành hoạt động nhập khẩu gạo phù hợp với mục tiêu quản lý trong từng thời kỳ.

Dự thảo sửa đổi nghị định 107 đề xuất, khi xuất hiện lượng gạo nhập khẩu tăng có nguy cơ ảnh hưởng đến sản xuất trong nước, Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với Bộ NN&PTNT, Bộ Tài chính báo cáo Thủ tướng áp dụng biện pháp quản lý nhập khẩu. Tổng cục Hải quan có trách nhiệm thống kê, cập nhật gửi Bộ Công Thương theo định kỳ tháng, quý, năm hoặc đột xuất theo yêu cầu về tình hình xuất khẩu, nhập khẩu gạo theo các tiêu chí: Số lượng, trị giá, chủng loại, thị trường, khách hàng xuất khẩu, thương nhân nhập khẩu; cửa khẩu nhập khẩu và đề xuất biện pháp quản lý phù hợp.

Lý giải về hiện tượng Việt Nam liên tục tăng nhập khẩu gạo trong thời gian gần đây, lãnh đạo một doanh nghiệp gạo tư nhân cho biết, hiện nước ta tập trung trồng các giống lúa chất lượng cao để tăng giá trị xuất khẩu, như giống lúa thơm ST, OM hay các loại đặc sản... Tuy nhiên, nhiều thị trường châu Phi, Trung Đông, Philippines, Trung Quốc... chỉ thích nhập nhiều loại gạo trắng thông dụng như IR 50404. Vì thiếu hụt nguồn cung nên các công ty Việt Nam sang Campuchia mua, hợp tác thuê đất trồng lúa rồi thu hoạch đem về Việt Nam chế biến, xuất khẩu, đặc biệt trong bối cảnh nguồn cung từ Việt Nam giảm sút.

Trong khi đó, theo các chuyên gia, lúa gạo Campuchia có ưu điểm là ít sử dụng các loại hóa chất bảo vệ thực vật, giống tốt, đất đai màu mỡ nên chất lượng đảm bảo được người tiêu dùng ưa chuộng dù giá cao. Hiện nay, diện tích đất nông nghiệp ở Campuchia còn chưa được khai phá nhiều, chi phí lao động thấp hơn ở Việt Nam nên nhiều doanh nghiệp Việt cũng chuyển hướng sang đầu tư, trồng lúa ở nước này. Tuy nhiên, các chuyên gia cũng cảnh báo nguồn gạo Campuchia nhập vào Việt Nam cần phải được truy xuất nguồn gốc rõ ràng, minh bạch, tránh tình trạng đầu trộn vào nhau để xuất khẩu. Số liệu của Tổng cục Hải quan cho thấy, tổng lượng gạo nhập khẩu của Việt Nam năm 2021 đạt gần 1 triệu tấn. Trong đó, nhập khẩu từ Ấn Độ lên mức 719.970 tấn (chiếm 72,02% tổng lượng nhập khẩu gạo của cả nước). Chủng loại gạo nhập khẩu chủ yếu là gạo tằm (thuộc phân nhóm HS 100640), gạo trắng khác (thuộc phân nhóm HS 100630)...

Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương

## THÔNG TIN AN TOÀN THỰC PHẨM

### Mì ăn liền xuất khẩu sang Đài Loan tiếp tục bị cảnh báo có hàm lượng Etylen Oxit không phù hợp



Bộ Công Thương mới đây đã có văn bản yêu cầu Công ty Cổ phần Thực phẩm Á Châu (Thuận An, Bình Dương) báo cáo về thực phẩm bị cho là có hàm lượng Etylen Oxit không phù hợp. Cụ thể, Theo văn bản của Bộ Công Thương, ngày 15/11/2022, Cơ quan quản lý Thực phẩm và Dược phẩm Đài Loan (TFDA) công bố lô hàng 500 CTN (945 kg) mì ăn liền tôm chua thương hiệu Gấu Đỏ (SOUR-HOT SHRIMP FLAVOR INSTANT NOODLES) của nhà sản xuất/xuất khẩu ASIA FOODS CORPORATION, do Doanh nghiệp QIAN YU FOOD ENTERPRISE CO., LTD (Địa chỉ: 1 F., No. 44, Ln. 1, Xing'an Rd., 17th Neighborhood, Xinyuan Township, Pingtung

County 93243, Taiwan) nhập khẩu, qua kiểm tra tại cửa khẩu, phát hiện hàm lượng Etylen oxit không phù hợp tiêu chuẩn. Trong đó, hàm lượng Etylen Oxit được phát hiện lần này không chỉ trên gói gia vị (3,438 mg/kg) mà còn ở cả vắt mì (0,107 mg/kg).

Để giữ uy tín của sản phẩm thực phẩm Việt Nam trên thị trường xuất khẩu, Bộ Công Thương đề nghị Công ty cổ phần Thực phẩm Á Châu khẩn trương báo cáo thông tin về các loại sản phẩm thực phẩm (tên sản phẩm, số lượng, lô sản xuất, hạn sử dụng, thị trường xuất khẩu, bản sao hồ sơ tự công bố thực phẩm kèm theo kết quả kiểm nghiệm) do Công ty sản xuất, kinh doanh tại Việt Nam và xuất khẩu sang thị trường Đài Loan (Trung Quốc) trong năm 2022 và quy trình công nghệ sản xuất mì ăn liền của Công ty. Công ty cũng cần báo cáo đánh giá nguy cơ về khả năng xuất hiện Etylen oxit trong các sản phẩm mì ăn liền do Công ty sản xuất, kinh doanh kèm theo biện pháp kiểm soát tương ứng.

Để tránh thiệt hại kinh tế và ảnh hưởng lâu dài đến uy tín trong hoạt động thương mại, Bộ Công Thương đề nghị doanh nghiệp xuất khẩu cần hết sức thận trọng, tìm hiểu kỹ về các quy định, các biện pháp vệ sinh dịch tễ (SPS) và rào cản kỹ thuật (TBT) liên quan đến sản phẩm của từng thị trường thông qua hệ thống các cơ quan, tổ chức hỗ trợ, tư vấn. Điều đó sẽ giảm thiểu tối đa cho doanh nghiệp về thời gian, chi phí, nhất là khi sản phẩm đã xuất khẩu đi nhưng bị áp dụng các quyết định thu hồi, kiện bồi thường vì không đáp ứng yêu cầu của nước nhập khẩu.

### Xúc xích, pizza đông lạnh có thể gây nguy cơ tử vong sớm

Các nhà khoa học Brazil vừa phát hiện ra rằng, những thực phẩm chế biến sẵn như xúc xích, pizza đông lạnh và bánh doughnut... có thể dẫn đến tử vong sớm. Các nhà nghiên cứu đã sử dụng dữ liệu tiêu thụ thực phẩm quốc gia ở Brazil từ năm 2017 đến năm 2018, cũng như dữ liệu nhân khẩu học và tỷ lệ tử vong từ năm 2019. Nhóm cũng xem xét dữ liệu và rủi ro sức khỏe từ các nghiên cứu khác để ước tính có bao nhiêu ca tử vong do ăn thực phẩm sẵn. Dựa trên mô hình và tính toán đó, các nhà khoa học thấy rằng, thực phẩm chế biến sẵn chiếm từ 13% đến 21% tổng năng lượng ăn vào ở người trưởng thành Brazil. Năm 2019, hơn 500.000 người lớn từ 30 - 69 tuổi tử vong. Việc tiêu thụ thực phẩm chế biến sẵn được nhận định là nguyên nhân gây ra khoảng 57.000 ca tử vong sớm trong nhóm đó, tương đương 10,5%.

Nhóm nghiên cứu đã "thận trọng" trong các ước tính của mình, vì vậy tác động có hại của thực phẩm chế biến sẵn, trên thực tế, còn có thể cao hơn nhiều. Trong diễn biến liên quan tới tác hại của thực phẩm chế biến sẵn, một nghiên cứu được công bố vào tháng 9/2022 đã phát hiện ra mối liên hệ đáng kể giữa thực phẩm siêu chế biến và nguy cơ ung thư đại trực tràng ở nam giới. Những người đàn ông tiêu thụ nhiều loại thực phẩm này có nguy cơ phát triển ung thư cao hơn 30%. Một nghiên cứu khác cho thấy đồ uống có đường có liên quan đến khoảng 184.000 ca tử vong ở người trưởng thành trên toàn cầu mỗi năm.

Nguồn: Ban biên tập Bản tin Thị trường - TT Thông tin Công nghiệp và Thương mại, Bộ Công Thương

## GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG

### Giá cả trong tỉnh

T T	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 21/11/2022	Giá cả TT Ngày 28/11/2022	T T	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 21/11/2022	Giá cả TT Ngày 28/11/2022
<b>I</b>	<b>Thực phẩm tiêu dùng</b>			9	Dưa leo	18.000	20.000
1	Cá điêu hồng	55.000	55.000	10	Khoai cao	40.000	45.000
2	Cá lóc nuôi	60.000	60.000	11	Nấm rơm	90.000	90.000
3	Cá kèo nuôi	170.000	170.000	12	Bắp cải trắng	20.000	20.000
4	Cá rô phi	45.000	45.000	13	Đậu que	30.000	30.000
5	Cá trê nuôi	35.000	35.000	14	Đậu đũa	16.000	16.000
6	Cá tra (cá hú)	60.000	65.000	15	Cà tím	25.000	30.000
7	Cá tra thịt trắng	50.000	50.000	16	Bí đao	16.000	16.000
8	Lươn loại 1	185.000	180.000	17	Bí rợ (bí đỏ)	20.000	20.000
9	Ếch nuôi	60.000	60.000	18	Ớt	75.000	75.000
10	Tôm càng xanh	245.000	245.000	19	Gừng	10.000	10.000
11	Mực ống loại lớn	190.000	190.000	20	Đậu bắp	16.000	16.000
12	Thịt heo đùi	115.000	120.000	21	Khô qua	22.000	16.000
13	Thịt heo nạc	120.000	120.000	22	Bầu	20.000	20.000
14	Thịt heo ba rọi	120.000	120.000	23	Cà chua	50.000	50.000
15	Thịt bò đùi	240.000	240.000	<b>III</b>	<b>Trái cây</b>		
16	Thịt bò phi lê (thăn)	245.000	245.000	1	Quýt đường	60.000	60.000
17	Vịt làm sẵn (nguyên con)	85.000 - 90.000	85.000 - 90.000	2	Bưởi năm roi	50.000	50.000
18	Thịt gà ta (nguyên con)	130.000	130.000	3	Xoài cát Hòa Lộc	50.000	55.000
19	Trứng gà ta	3.600	3.400	4	Xoài cát chu	25.000	25.000
20	Trứng gà công nghiệp	3.000	3.200	5	Táo Mỹ	75.000	75.000
21	Trứng vịt	3.000	3.400	6	Táo xanh	80.000	80.000
<b>II</b>	<b>Rau củ quả</b>			7	Dưa hấu	15.000	15.000
1	Cải xanh	16.000	22.000	8	Sapo	30.000	30.000
2	Cải ngọt	14.000	20.000	9	Cam mật	30.000	30.000
3	Cải thìa	16.000	20.000	10	Cam sành	35.000	25.000
4	Rau muống	16.000	18.000	11	Thanh Long	25.000	30.000
5	Rau mồng tơi	14.000	14.000	12	Chôm chôm nhãn	25.000	25.000
6	Cải xà lách	25.000	26.000	13	Mãng cầu xiêm	30.000	30.000
7	Hành lá	40.000	40.000	14	Mãng cầu ta	50.000	50.000
8	Củ kiệu	35.000	35.000	15	Ổi	20.000	25.000

Nguồn: Tiểu thương chợ Trà Vinh (Biên soạn lại: Phạm Thành Nam - Trung tâm Khuyến công và Xúc tiến Thương mại TV)

## GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG

### Giá cả khu vực đồng bằng sông Cửu Long

T	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 21/11/2022	Giá cả TT Ngày 28/11/2022	T	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 21/11/2022	Giá cả TT Ngày 28/11/2022
<b>I</b>	<b>Thực phẩm tiêu dùng</b>			31	Cần tàu	30.000	30.000
1	Cải ngọt	15.000	15.000	32	Kiệu	35.000	35.000
2	Cải xanh	16.000	16.000	33	Bầu	20.000	20.000
3	Củ cải trắng	18.000	17.000	34	Muróp	20.000	20.000
4	Rau muống	12.000	12.000	<b>II</b>	<b>Trái cây</b>		
5	Cải xoong	60.000	60.000	1	Cam sành	35.000	25.000
6	Rau dền	16.000	16.000	2	Cam mật	30.000	35.000
7	Mồng toi	14.000	14.000	3	Quýt đường	50.000	65.000
8	Bông bí	20.000	20.000	4	Bưởi năm roi	50.000	50.000
9	Xà lách	20.000	20.000	5	Bưởi da xanh	55.000	55.000
10	Su su	25.000	25.000	6	Xoài cát Chu	30.000	25.000
11	Bắp non	35.000	35.000	7	Xoài cát Hoà Lộc	50.000	65.000
12	Cà rốt	25.000	25.000	8	Xoài Đài Loan	25.000	25.000
13	Khoai tây	25.000	25.000	9	Chôm chôm nhân	25.000	30.000
14	Củ dền	25.000	25.000	10	Chôm chôm Java	18.000	18.000
15	Cải thảo	25.000	25.000	11	Mãng cầu xiêm	30.000	30.000
16	Dưa leo	15.000	16.000	12	Mãng cầu ta	45.000	50.000
17	Cà tím	20.000	20.000	13	Dưa hấu	15.000	15.000
18	Bí đao	25.000	25.000	14	Thanh Long	25.000	30.000
19	Bí rợ	20.000	25.000	15	Sapo	25.000	25.000
20	Đậu bắp	15.000	16.000	16	Ôi	15.000	15.000
21	Khô qua	20.000	25.000	17	Táo xanh	80.000	80.000
22	Cà chua	25.000	35.000	18	Táo Mỹ	75.000	75.000
23	Hành lá	35.000	35.000	19	Táo Trung Quốc	50.000	50.000
24	Hẹ	30.000	30.000	20	Nho Mỹ (đen)	200.000	180.000
25	Khoai cao	25.000	25.000	<b>III</b>	<b>Gạo</b>		
26	Bắp cải trắng	17.000	17.000	1	Gạo thơm Jasmine	16.000	16.000
27	Đậu que	25.000	25.000	2	Gạo Hương Lài	19.000	19.000
28	Đậu đũa	15.000	15.000	3	Gạo thơm Đài Loan	20.000	20.000
29	Măng tươi	45.000	45.000	4	Gạo Nàng Hoa	17.500	17.500
30	Ốt	70.000	70.000	5	Gạo thường	14.000	14.000

Nguồn: Sở Nông nghiệp An Giang (Biên soạn lại: Phạm Thành Nam - TT Khuyến công và Xúc tiến Thương mại TV)

# THÔNG TIN GIỚI THIỆU VỀ SẢN PHẨM OCOP TỈNH TRÀ VINH

## GẠO HẠT NGỌC CHÂU LONG (OCOP 3 SAO)

## HTX NÔNG NGHIỆP TM VÀ SX DV CHÂU HÙNG



*Chịu trách nhiệm xuất bản:*

**PHẠM VĂN TẮM**

**Giám đốc Sở Công Thương**

*Ban Biên tập:*

**NGUYỄN THỊ MỘNG THU - Trưởng ban**

**VŨ HỒNG DƯƠNG - Phó Trưởng ban**

**XUẤT BẢN PHẨM KHÔNG BÁN**

*In: 500 cuốn, khổ 19 x 27 cm. Tại Công ty Cổ phần VHTH Trà Vinh. Giấy phép xuất bản số 01/GP-XBBT do Sở Thông tin và Truyền thông cấp ngày 17/02/2022. In xong và nộp lưu chiểu tháng 11 năm 2022.*