



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 17

Ngày 04/10/2023



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>
MỘT SỐ THÔNG TIN ĐÁNG CHÚ Ý	1
Kinh tế thế giới	1
Kinh tế trong nước	2
Thông tin chính sách và phổ biến ứng dụng khoa học kỹ thuật	3
THÔNG TIN NÔNG SẢN	4
Xây dựng thương hiệu cho nông sản Việt tại EU - tận dụng tối đa ưu đãi từ EVFTA	4
Cơ hội, thách thức trong giai đoạn tới của xuất khẩu nông sản chủ lực	6
THÔNG TIN THỦY SẢN	9
Xuất khẩu thủy sản trở lại đường đua và tăng tốc	9
Xuất khẩu tôm và cá ngừ tích cực hơn trong tháng 8/2023	10
Đức xếp thứ 2 về nhập khẩu cá tra Việt Nam trong khối EU	11
THÔNG TIN CHĂN NUÔI	12
Giá heo hơi tiếp tục xu hướng giảm	12
THÔNG TIN LÚA GẠO	16
Tổng quan thị trường lúa gạo	16
THÔNG TIN VẬT TƯ NÔNG NGHIỆP	18
Tổng quan thị trường phân bón và dự báo	18
THÔNG TIN XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI	21
Doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội lớn mở rộng xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang Nhật Bản	21
Đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang Phần Lan: Cần nắm rõ tiêu chuẩn, thị hiếu người dân nước sở tại	21
Sự kiện Fine Food Australia 2023 là cơ hội tốt để quảng bá thực phẩm, đồ uống thương hiệu Việt	22
THÔNG TIN GIAO THƯƠNG	23
THÔNG TIN CẢNH GIÁC	26
Trung Quốc kiểm tra kỹ hơn các mặt hàng hải sản tươi sống khiến doanh nghiệp thiệt hại lớn	26
Cần có chiến lược về giá gạo	26
THÔNG TIN AN TOÀN THỰC PHẨM	27
Cần trọng mỗi nguy hại sức khỏe từ bánh trung thu giá rẻ, không rõ nguồn gốc	27
GIÁ CẢ THỊ TRƯỜNG	28
Giá cả trong tình	28

MỘT SỐ THÔNG TIN ĐÁNG CHÚ Ý

KINH TẾ THẾ GIỚI

* Kinh tế Eurozone đối mặt với nguy cơ suy thoái

Các hoạt động kinh tế của khu vực đồng tiền chung euro (Eurozone) tiếp tục bị thu hẹp trong tháng 9, cho thấy nền kinh tế có thể sẽ suy giảm trong quý này và sẽ còn đối mặt với nhiều khó khăn khi tác động của chiến dịch tăng lãi suất kéo dài của các ngân hàng trung ương trở nên rõ ràng hơn.

Chỉ số nhà quản lý mua hàng tổng hợp (PMI) của khu vực đồng euro, do Hamburg Commercial Bank phối hợp cùng S&P tổng hợp, đã tăng lên 47,1 trong tháng 9 từ mức thấp nhất trong 33 tháng của tháng 8 là 46,7. Tuy nhiên chỉ số này vẫn ở dưới mức 50 cho thấy các hoạt động kinh tế vẫn tiếp tục suy giảm, cho dù mức độ có nhẹ hơn. Hamburg Commercial Bank cho biết, nền kinh tế của khối sẽ giảm 0,4% trong quý này.

Tương tự như chỉ số tổng hợp, chỉ số PMI lĩnh vực dịch vụ dù cũng tăng lên 48,4 trong tháng 9 từ 47,9 của tháng 8, nhưng đã trải qua tháng thứ hai dưới ngưỡng 50. Theo các nhà phân tích, lãi suất tăng cao đã làm giảm thu nhập khả dụng của người tiêu dùng vay nợ, buộc họ phải cắt giảm chi tiêu.

Trong khi chỉ số PMI lĩnh vực sản xuất đã ở mức dưới 50 kể từ giữa năm 2022. Thậm chí chỉ số PMI lĩnh vực sản xuất tháng 9 còn giảm nhẹ xuống 43,4 từ 43,5. Mức giảm nhẹ này một phần cũng do các nhà máy nỗ lực hoàn thành các đơn đặt hàng hiện có. Chỉ số công việc tồn đọng đã giảm xuống mức thấp nhất kể từ khi đại dịch COVID đang cùng cố sức ảnh hưởng trên thế giới vào tháng 5 năm 2020.

Theo các nhà phân tích, lãi suất tăng cao trong khu vực đang tác động tiêu cực đến các hoạt động kinh tế. Xuất phát muộn hơn nhiều so với các ngân hàng trung ương lớn khác, song cơ quan này cũng cho thấy rõ quyết tâm của mình trong cuộc chiến chống lạm phát. Theo đó cơ quan này cũng đã tăng lãi suất tổng cộng 10 lần sau 10 cuộc họp chính sách kể từ tháng 7/2022.

Gần đây nhất là ngày 14/9, cơ quan này đã quyết định tăng cả ba mức lãi suất chủ chốt thêm 25 điểm cơ bản cho dù nhiều ngân hàng trung ương lớn khác, bao gồm cả Fed đã tạm dừng. Cụ thể lãi suất tái cấp vốn được tăng lên 4,25%, lãi suất tiền gửi tăng lên 4% và lãi suất cho vay tăng lên 4,5%. Đây đều là những mức cao nhất kể từ khi đồng euro ra đời vào năm 1999.

Lý do là lạm phát tại khu vực đồng tiền chung vẫn đang rất nóng. Trong thông cáo phát đi sau cuộc họp, ECB cho biết các nhân viên của họ đã nâng dự báo lạm phát tổng thể của khu vực trong hai năm 2023 và 2024 lên tương ứng là 5,6% và 3,2% chủ yếu do giá năng lượng tăng cao hơn. Tuy nhiên các nhân viên của ECB lại hạ dự báo lạm phát của năm 2025 xuống mức 2,1%. Có nghĩa lạm phát tại khu vực đồng tiền chung sẽ chưa thể quay lại mức mục tiêu 2% của ECB cho tới năm 2025.

Tuy nhiên ECB có thể sẽ dừng tăng lãi suất. "Dựa trên đánh giá hiện tại của mình, Hội đồng Thống đốc cho rằng lãi suất cơ bản của ECB đã đạt đến mức được duy trì trong thời gian đủ dài sẽ đóng góp đáng kể vào việc đưa lạm phát trở lại mục tiêu kịp thời", thông cáo của ECB nêu rõ.

Mặc dù vậy, tác động những lần tăng lãi suất trước đó đang được cảm nhận rõ ràng khi mà hoạt động kinh doanh bị thu hẹp ở Đức - nền kinh tế lớn nhất châu Âu - mà nguyên nhân chính là do nhu cầu hàng hóa và dịch vụ giảm liên tục. Trong khi đó, lĩnh vực dịch vụ chủ đạo của Pháp suy giảm với tốc độ thậm chí còn mạnh hơn trong tháng 9 do nhu cầu giảm và số lượng đơn đặt hàng mới đè nặng lên nền kinh tế lớn thứ hai khu vực đồng euro.

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

KINH TẾ TRONG NƯỚC

* Nghiên cứu, đề xuất các cơ chế, chính sách đặc thù vượt trội để phát triển vùng đồng bằng sông Cửu Long

Ngày 27/9, tại tỉnh Bạc Liêu, đồng chí Lê Minh Khái, Bí thư Trung ương Đảng, Phó Thủ tướng Chính phủ, Chủ tịch Hội đồng Điều phối vùng Đồng bằng sông Cửu Long đã chủ trì Hội nghị Hội đồng điều phối vùng Đồng bằng sông Cửu Long.

Lãnh đạo các địa phương trong vùng (Bạc Liêu, Tiền Giang, Trà Vinh, Hậu Giang, Đồng Tháp, Long An, Cần Thơ, Kiên Giang, Cà Mau, Cần Thơ...) đã tham luận làm rõ chức năng, nhiệm vụ của Hội đồng vùng và các cơ quan, đơn vị liên quan; các nhiệm vụ, giải pháp cần tập trung thực hiện; đồng thời đề xuất một số kiến nghị lớn về cơ chế, chính sách đặc thù về phát triển cơ sở hạ tầng kết nối nội vùng và liên vùng, nguồn nhân lực; chuyên đổi cơ cấu kinh tế,... nhằm phát huy thế mạnh của mỗi địa phương, đẩy mạnh liên kết vùng, cùng nhau đồng tâm, hiệp lực phát triển kinh tế - xã hội vùng đồng bằng sông Cửu Long nhanh và bền vững, nâng cao đời sống nhân dân.

Lãnh đạo TPHCM báo cáo về chương trình liên kết giữa TPHCM và vùng đồng bằng sông Cửu Long; lãnh đạo Bộ TN&MT, GTVT, GD&ĐT,... tham luận về vấn đề quản lý đất đai, tài nguyên, khoáng sản; ứng phó sạt lở bờ sông, bờ biển và các diễn biến cực đoan do biến đổi khí hậu gây ra; giải pháp đẩy nhanh tiến độ triển khai các dự án giao thông trọng điểm; phát huy hiệu quả vai trò các tuyến đường thủy nội địa; đầu tư dự án đường sắt, cảng biển, cảng hàng không; giải pháp phát triển hệ thống giáo dục đào tạo và phát triển nguồn nhân lực vùng đồng bằng sông Cửu Long;...

Sau khi nghe các ý kiến tham luận của lãnh đạo các bộ ngành, địa phương, Phó Thủ tướng Lê Minh Khái giao Bộ Kế hoạch và Đầu tư chủ trì, phối hợp với các bộ, ngành, địa phương liên quan rà soát các cơ chế, chính sách hiện hành và nghiên cứu, đề xuất các cơ chế, chính sách đặc thù vượt trội nhằm phát triển vùng, trong đó có các cơ chế, chính sách phát triển hạ tầng giao thông kết nối; phát triển nông nghiệp hiệu quả cao; bảo vệ môi trường, thích ứng biến đổi khí hậu.

Đề nghị Bộ Kế hoạch và Đầu tư - Thường trực Hội đồng cân nhắc lựa chọn đề xuất nội dung cơ chế chính sách gì là đặc thù cho đích đáng, trọng tâm, trọng điểm và phù hợp cho vùng.

Các bộ ngành có liên quan như Bộ Giao thông vận tải, Bộ Tài nguyên và Môi trường hướng dẫn, hỗ trợ các địa phương trong vùng giải quyết những vấn đề liên tỉnh, liên vùng không thuộc thẩm quyền của các địa phương trong vùng, các vấn đề để thực hiện các dự án giao thông liên vùng, vấn đề về nguyên vật liệu phục vụ cho các dự án liên vùng.

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn hỗ trợ các địa phương điều phối liên kết các hoạt động sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị đối với các mặt hàng nông nghiệp; tập trung xây dựng thương hiệu các sản phẩm chủ lực, có thế mạnh của vùng như: lúa gạo, trái cây và thủy sản.

Điều phối các hoạt động hệ thống thủy lợi phục vụ tưới tiêu; phòng chống lũ; kiểm soát xâm nhập mặn; quản lý, khai thác sử dụng và bảo vệ tài nguyên nước; nâng cao hiệu quả sử dụng nước cho sinh hoạt, sản xuất nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản trong mùa khô; hỗ trợ các địa phương khắc phục sạt lở, xây dựng, nâng cấp hệ thống đê biển, đê bao, cống, đập, vành đai rừng ngập mặn và các dự án bảo vệ môi trường, thích ứng với biến đổi khí hậu.

Bộ Tài chính khẩn trương báo cáo Thủ tướng Chính phủ các nội dung về ưu đãi, tác động đối với các chỉ tiêu an toàn nợ công, cơ chế tài chính trong nước các dự án Mekong DPO của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và địa phương vùng đồng bằng sông Cửu Long theo quy định tại Nghị định số 114/2021/NĐ-CP ngày 16/12/2021 của Chính phủ về quản lý và sử dụng vốn hỗ trợ phát triển chính thức (ODA) và vốn vay ưu đãi của các nhà tài trợ nước ngoài (Nghị định số 114/2021/NĐ-CP) và Nghị định số 20/2023/NĐ-CP ngày 04/5/2023 của Chính phủ sửa đổi, bổ sung một số điều của Nghị định số 114/2021/NĐ-CP trên cơ sở đó giao Bộ Kế hoạch và Đầu tư trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, phê duyệt các đề xuất dự án Mekong DPO.

Các Bộ ngành, địa phương khẩn trương kiện toàn các Tổ điều phối cấp bộ, cấp tỉnh, Tổ chuyên gia tư vấn và giao việc cụ thể, bảo đảm các Tổ bắt tay ngay vào các nhiệm vụ liên quan đến điều phối và liên kết vùng.

Phó Thủ tướng yêu cầu, các Bộ trưởng, Chủ tịch UBND các tỉnh trong vùng thực hiện các chức năng, nhiệm vụ được phân công, hoàn thành nhiệm vụ với trách nhiệm cao nhất, báo cáo kết quả theo quy định.

Phó Thủ tướng Lê Minh Khái tin tưởng rằng, với sự quyết tâm, đoàn kết, chung sức đồng lòng và nỗ lực cao của các bộ, ngành, các địa phương trong vùng sự góp sức chung tay của các chuyên gia, nhà khoa học, các viện nghiên cứu, các đối tác liên quan, Hội đồng điều phối vùng sẽ hoàn thành thắng lợi các nhiệm vụ đã đề ra, đưa vùng đồng bằng sông Cửu Long phát triển nhanh, bền vững và toàn diện.

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

THÔNG TIN CHÍNH SÁCH VÀ PHỔ BIẾN ỨNG DỤNG KHOA HỌC KỸ THUẬT*** Bạc Liêu công bố giống lúa mới được công nhận lưu hành**

Chiều 18/9, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bạc Liêu tổ chức hội thảo “Đánh giá kết quả chọn tạo các giống Bạc Liêu, định hướng phát triển giống lúa BL9”.

Phát biểu tại hội thảo, ông Phạm Văn Thiều, Chủ tịch UBND tỉnh Bạc Liêu bày tỏ vui mừng khi Bạc Liêu có giống lúa mới BL9, là giống lúa đầu tiên của tỉnh được Cục Trồng trọt, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn công nhận lưu hành.

Đây là sự kiện có ý nghĩa đối với ngành nông nghiệp, đánh dấu sự thành công bước đầu trong lĩnh vực trồng trọt đã tạo ra giống lúa mới, riêng của tỉnh Bạc Liêu.

Ông Phạm Văn Thiều đề nghị, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tích cực phối hợp với các địa phương phổ biến giống lúa BL9 vào sản xuất theo đúng quy định. Đồng thời, từng bước quy hoạch vùng sản xuất an toàn, hữu cơ, nhất là xây dựng nhãn hiệu, thương hiệu lúa gạo mang thương hiệu Bạc Liêu; trong đó, chú trọng nhãn hiệu, thương hiệu gạo vùng sản xuất tằm - lúa Bạc Liêu góp phần nâng cao giá trị lúa gạo và phát triển bền vững.

Ngành nông nghiệp cùng với UBND các huyện, thị xã, thành phố tăng cường liên kết với các công ty, doanh nghiệp trong việc xây cánh đồng lớn bao tiêu giống lúa BL9, góp phần tăng hiệu quả sản xuất, đem lại lợi ích cho nông dân.

Chủ tịch UBND tỉnh Bạc Liêu cũng đề nghị ngành nông nghiệp tiếp tục nghiên cứu, chọn tạo giống lúa mới có năng suất cao, chống chịu sâu bệnh tốt, chất lượng gạo ngon đáp ứng yêu cầu xuất khẩu, phù hợp với điều kiện thổ nhưỡng của tỉnh.

*** Trung Quốc phát triển mạnh kỹ thuật nuôi tằm mới**

Trung Quốc đang trải qua thời kỳ bùng nổ các kỹ thuật canh tác mới, với các trang trại “nhà kính” chi phí thấp và hệ thống nuôi trồng thủy sản tuần hoàn (RAS) đều đạt được sức hút đáng kể trong những năm gần đây.

Hệ thống “nhà kính” là các ao có kích thước 40 x 10m được bao phủ bởi tấm nhựa trong suốt – hiện chiếm 30% sản lượng tằm nội địa của Trung Quốc, với 10.000 ao như vậy được xây dựng mỗi quý. Nhiệt độ nước sẽ được điều chỉnh cao hơn bằng hệ thống nồi hơi thô, cho phép nuôi tằm trong những tháng mùa đông - khi giá tằm ở mức cao nhất.

Hiện có 250.000 ao kiểu này, sản xuất 500.000 tấn tằm ở Trung Quốc và đều cho thu hoạch tằm sống bất chấp thách thức do bão và bệnh tật gây ra. Chi phí xây dựng mỗi ao “nhà kính” là khoảng 7.000 USD.

Ngoài ra, các trang trại RAS mặc dù chỉ đang sản xuất khoảng 3% sản lượng tằm của cả nước, nhưng 8 trang trại lớn nhất trong số này đang sản xuất được 70.000 tấn tằm. Hệ thống này có thể xây dựng gần các khu đô thị lớn và cung cấp tằm sống có giá trị cao. Một ý kiến cho rằng: RAS sẽ có đà phát triển vì hệ thống ao “nhà kính” “chiếm quá nhiều đất, lấy quá nhiều nước ngầm và xả quá nhiều nước thải”.

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

THÔNG TIN NÔNG SẢN

* Xây dựng thương hiệu cho nông sản Việt tại EU - tận dụng tối đa ưu đãi từ EVFTA

Hơn 3 năm Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh châu Âu (EVFTA) có hiệu lực (1/8/2020), nhiều mặt hàng xuất khẩu của Việt Nam, trong đó có nông, thủy sản được hưởng nhiều ưu đãi, kim ngạch xuất khẩu vào thị trường Liên minh châu Âu (EU) tăng mạnh. Tuy nhiên để tận dụng tối đa ưu đãi từ EVFTA, các doanh nghiệp cần chú trọng hơn nữa đến việc xây dựng thành công thương hiệu cho nông sản Việt tại thị trường này.

Tạo “xa lộ” cho nông sản thâm nhập thị trường

Theo số liệu thống kê, kim ngạch xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam vào thị trường Liên minh châu Âu (EU) 6 tháng đầu năm 2023 đạt 2,1 tỷ USD. EVFTA đã và đang tạo một “xa lộ” cho nông sản Việt vào thị trường khó tính bậc nhất thế giới này. Cùng với đó là một số tin vui cho nông sản Việt ở thị trường EU như gạo Lộc Trời với thương hiệu Cơm Việt Nam Rice đã xuất khẩu thành công vào chuỗi siêu thị của Pháp, quả vải tươi của Việt Nam xuất khẩu vào Séc và một số thị trường EU, cà phê Vĩnh Hiệp xuất khẩu sang EU... Điều này cho thấy, Hiệp định EVFTA được thực thi trong 3 năm qua đã tạo đà cho hoạt động xuất khẩu của Việt Nam nói chung và mặt hàng nông lâm sản nói riêng khi nhiều dòng thuế xuất khẩu vào thị trường này được xóa bỏ, giúp tạo lợi thế cạnh tranh so với hàng từ một số quốc gia khác không có FTA với EU.

Chia sẻ tại tọa đàm “Xuất khẩu nông sản sang EU: Vượt qua thách thức để xây dựng thương hiệu” vừa được Báo Công Thương tổ chức ngày 22/9, Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách Thương mại đa biên Ngô Chung Khanh cho biết, lợi thế lớn nhất đối với hàng hóa của Việt Nam nhất là các mặt hàng nông sản chính là việc mở cửa thị trường, vì trong nhiều năm thì EU là một trong những thị trường xuất khẩu hàng đầu Việt Nam và cũng là những thị trường mà Việt Nam có thặng dư thương mại rất lớn. Tốc độ tăng trưởng thương mại giữa Việt Nam và EU đối với thị trường này cũng tăng đều qua các năm mặc dù có chịu tác động từ đại dịch Covid-19.

Chia sẻ thêm về cơ hội cho hàng nông sản của Việt Nam, ông Lê Duy Bình - Chuyên gia Kinh tế, Giám đốc Economica Việt Nam cũng cho rằng, EVFTA đã giúp các doanh nghiệp Việt Nam khai thác được những lợi thế cạnh tranh tuyệt đối hoặc là lợi thế cạnh tranh so sánh của nền kinh tế của Việt Nam, đặc biệt trong lĩnh vực nông lâm thủy sản. Chúng ta đã có được chú thích từ EVFTA để có thể khai thác được lợi thế cạnh tranh này, điển hình từ những con số tăng trưởng vượt bậc kim ngạch xuất khẩu trong thời gian qua.

Bên cạnh những mặt hàng nông lâm thủy sản phẩm mang tính chất truyền thống, như cà phê, hạt điều, hồ tiêu và một số mặt hàng lâm sản hoặc thủy sản, thì trong thời gian vừa qua, nhờ EVFTA, giúp chúng ta cũng khai thác được thêm những lợi thế tuyệt đối với một số mặt hàng nông sản mới như mặt hàng gạo, đặc biệt là gạo chất lượng cao và gạo thơm, được minh chứng qua sự tăng trưởng vượt bậc tốc kim ngạch xuất khẩu đối với một số thị trường tại EU gấp 2 hoặc 3 lần so với trước đây. Hay như đối với mặt hàng rau củ quả, cũng có sự tăng trưởng đáng khích với kim ngạch xuất khẩu hơn 200 triệu USD vào năm 2022, giúp Việt Nam trở thành nhà cung cấp thứ 59 trên thế giới về mặt hàng này đối với thị trường EU. Điều này cho thấy chúng ta cũng đã khai thác được rất nhiều lợi thế từ EVFTA.

Xây dựng hệ sinh thái tạo dựng thương hiệu sản phẩm

Dù đã đạt được một số kết quả đáng khích lệ, song nông sản Việt cũng đang phải chịu những rào cản nhất định ở EU như những hàng rào kỹ thuật được dựng lên để bảo hộ hàng trong nước.

Bên cạnh đó, hầu hết nông sản được xuất dạng thô, chưa có thương hiệu cũng là một rào cản của nông sản Việt khi xuất khẩu sang EU. Nhiều ý kiến cho rằng nông sản Việt Nam dù gia tăng sản lượng xuất khẩu sang EU song vẫn chưa có nhiều thương hiệu được biết đến. Trong bối cảnh thị trường EU với tiêu chuẩn đặt ra ngày càng cao đòi hỏi các doanh nghiệp xuất khẩu phải liên tục cập nhật thông tin và kết nối chặt chẽ với nhà nhập khẩu. Đặc biệt, phải đầu tư thích đáng cho việc xây dựng thương hiệu, coi đó là một phần của chiến lược sản xuất kinh doanh, từ đó giúp xuất khẩu bền vững sang thị trường này.

Là doanh nghiệp hàng đầu trong lĩnh vực xuất khẩu gạo, trong đó có xuất khẩu sang thị trường EU, câu chuyện đưa được gạo với thương hiệu riêng vào EU của Lộc Trời là một trong những câu chuyện điển hình về nỗ lực không ngừng nghỉ để xây dựng thương hiệu. Ông Nguyễn Duy Thuận - Tổng Giám đốc Công ty CP Tập đoàn Lộc Trời cho biết, khi xuất khẩu gạo và Châu Âu thì cái khó nhất đó là nếu chúng ta chỉ là một nhà xuất khẩu đơn thuần, tức là mua đi bán lại hoặc là có nhà máy mua lúa xay sát rồi bán thì gần như không thể xây dựng được thương hiệu tại thị trường châu Âu. Khi Việt Nam được đánh giá là một trong những nước xuất khẩu có uy tín và được tin cậy nhất trên thế giới về lúa gạo thì đầu tiên đó là Việt Nam chúng ta có nền tảng rất vững chắc về sản xuất lúa, canh tác lúa và cung cấp lúa gạo trên thế giới một cách ổn định. Tới thời điểm này trong tình trạng hiện nay thì Việt Nam được đánh giá là nguồn cung cấp lúa gạo uy tín nhất thế giới đó là điều kiện cần nhưng mà để xây dựng được thương hiệu ở thị trường Châu Âu.

Chia sẻ thêm về vấn đề này, bà Hoàng Thị Liên – Chủ tịch Hiệp hội Hồ tiêu và cây gia vị Việt Nam cho biết, đối với mặt hàng hồ tiêu và gia vị khi đi ra thị trường thì song song với câu chuyện thương hiệu còn phải gắn với câu chuyện thị trường và chất lượng bởi vì EU là một thị trường tương đối khó tính và liên tục cập nhật các vấn đề về kiểm soát chất lượng. Bên cạnh đó là kiểm soát được chuỗi sản xuất, chuỗi cung ứng. Theo đó, các doanh nghiệp phải hướng đến phương thức hợp tác một cách chặt chẽ hơn, có cam kết trong thời gian ổn định trong một thời gian dài cùng với đó là các tiêu chí về môi trường, phát triển bền vững. Tín hiệu đáng mừng là hiện Việt Nam vẫn là thị trường cung các mặt hàng hồ tiêu và gia vị chính cho EU (chiếm tới 45% thị phần).

Đề cập đến việc xây dựng thương hiệu cho các mặt hàng nông sản, bà Hoàng Thị Liên cho rằng, để xây dựng được thương hiệu sản phẩm cho từng doanh nghiệp thì trước hết cần phải xây dựng được thương hiệu quốc gia. Ngược lại, bản thân các doanh nghiệp cũng vừa phải cải tiến liên kết sản xuất để đáp ứng nhu cầu thị trường, vừa phải chuyển đổi ngành sản xuất để có thể cung cấp cái thị trường cần chứ không phải cái mình có thể làm được, bởi những sản phẩm mình có thể làm tốt nhất chưa chắc đã là điều mà mình mong muốn nhất.

Trong khi đó, Phó Vụ trưởng Vụ Chính sách thương mại đa biên Ngô Chung Khanh nhận định, việc xây dựng thương hiệu cho mặt hàng nông sản đúng là khó nhưng không phải chúng ta không làm được nếu như có sự vào cuộc đồng bộ và phối hợp hiệu quả từ các Bộ ngành, địa phương, hơn hết là cần phải có sự quyết tâm rất lớn từ doanh nghiệp. Theo đó, ông Ngô Chung Khanh cho rằng, để xây dựng thành công thương hiệu sản phẩm nông sản Việt tại thị trường EU, việc đầu tiên là cần phải xây dựng được hệ sinh thái kết nối giữa các chủ thể liên quan đến chuỗi xuất khẩu sang thị trường này, trước mắt là mỗi địa phương tập trung vào một đến hai lĩnh vực có thế mạnh, như đối với mặt hàng thủy sản ở Tiền Giang hay mặt hàng gạo ở Cần Thơ. Bên cạnh đó, cần có nguồn tín dụng dành riêng để tập trung hỗ trợ cho các doanh nghiệp xuất khẩu và xây dựng thương hiệu. "Bộ Công Thương cũng đã có kế hoạch làm việc với Ngân hàng và một số Bộ, ngành liên quan để cùng bàn bạc tìm nguồn tín dụng nào nó phù hợp với chính sách hiện hành để tạo thuận lợi hơn cho doanh nghiệp" - ông Ngô Chung Khanh thông tin. Đồng thời cho biết, những

vấn đề này cũng đã được Bộ Công Thương đề cập trong Báo cáo gửi Thủ tướng Chính phủ về kết quả triển khai Hiệp định Đối tác toàn diện và tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP), Hiệp định Thương mại tự do Liên minh châu Âu - Việt Nam (EVFTA) và Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - Vương quốc Anh (UKVFTA) của các bộ, ngành, địa phương trong năm 2022.

Cùng quan điểm, chuyên gia kinh tế Lê Duy Bình cũng cho rằng, bên cạnh những lợi thế mang lại, EVFTA cũng buộc nền kinh tế của chúng ta phải chuyển đổi mạnh mẽ, đặc biệt là các doanh nghiệp trong lĩnh vực nông lâm thủy sản cũng cần phải có sự chuyển mình hơn nữa để nâng cao chất lượng sản phẩm mang lại giá trị kinh tế cao. Chúng ta cần phải làm thế nào để khi nghĩ về mặt hàng nông sản nào đó nếu người tiêu dùng biết ngay được đó là hàng được xuất từ Việt Nam và gắn với đó là một hình ảnh thương hiệu rất là tốt về mặt chất lượng, về mặt tiêu chuẩn, về kiểm định về động thực vật là những tiêu chuẩn về mặt xã hội, tiêu chuẩn về môi trường, phát triển bền vững. Song để được như vậy chắc chắn là phải có vai trò không chỉ là cơ quan quản lý nhà nước mà của chính các doanh nghiệp gồm doanh nghiệp như con sếu, đầu đàn đến những doanh nghiệp nhỏ và rất nhỏ.

*** Cơ hội, thách thức trong giai đoạn tới của xuất khẩu nông sản chủ lực**

Nhờ có nhiều kỷ lục về nông sản, ngành nông nghiệp vẫn tiếp tục giữ vững mục tiêu kim ngạch xuất khẩu đạt 54-55 tỷ USD trong năm 2023 dù gặp khó khăn do tác động tiêu cực từ sức mua giảm mạnh.

Hội nhập kinh tế quốc tế đã giúp ngành nông nghiệp Việt Nam tham gia thành công vào chuỗi giá trị toàn cầu.

Việt Nam trở thành mắt xích quan trọng trong chuỗi giá trị nông sản toàn cầu, nằm trong nhóm 15 quốc gia xuất khẩu nông sản lớn nhất thế giới và đứng thứ 2 trong khu vực Đông Nam Á.

Nhờ có nhiều kỷ lục về nông sản, ngành nông nghiệp vẫn tiếp tục giữ vững mục tiêu kim ngạch xuất khẩu đạt 54-55 tỷ USD trong năm 2023 dù gặp khó khăn do tác động tiêu cực từ sức mua giảm mạnh của nhiều thị trường lớn.

Nhiều cơ hội thúc đẩy xuất khẩu

Hội nhập quốc tế mở ra nhiều cơ hội thúc đẩy xuất khẩu các mặt hàng nông sản chủ lực nhờ cắt giảm thuế quan như các mặt hàng gạo, cà phê, thủy sản, rau quả. Nông sản Việt Nam có nhiều cơ hội lựa chọn thị trường, đối tác phù hợp, có nhiều lợi thế hơn trong thương mại.

Bên cạnh đó, với những lợi thế về nông nghiệp và điều kiện tự nhiên, nông sản Việt Nam có những thế mạnh nhất định để cạnh tranh trên thị trường thế giới với nông sản xuất khẩu.

Thứ nhất là nhu cầu về lương thực, thực phẩm có xu hướng tăng mạnh. Trong bối cảnh ảnh hưởng của biến đổi khí hậu toàn cầu, sự mất ổn định và biến động về kinh tế, chính trị thế giới, mối lo ngại về an ninh lương thực mở ra nhiều cơ hội trong xuất khẩu nông sản của Việt Nam.

Nông sản Việt Nam được xuất khẩu sang rất nhiều thị trường trên thế giới đặc biệt là những thị trường lớn như Hoa Kỳ, Liên minh châu Âu (EU), Trung Quốc, Nhật Bản... Với nhiều thuận lợi trong sản xuất các mặt hàng nông sản chủ lực như hoa quả vùng nhiệt đới đặc trưng cho khí hậu của Việt Nam và nhiều mặt hàng đạt tiêu chuẩn kỹ thuật, đáp ứng được nhu cầu nhiều thị trường, trữ lượng ngày càng lớn và có thể cung cấp cho những thị trường có nhu cầu tiêu thụ cao như Trung Quốc. Nhiều nông sản của Việt Nam giữ những vị trí đứng đầu trong xuất khẩu trên thế giới như cà phê, lúa gạo, hạt điều...

Thứ hai là Việt Nam tham gia các Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) thế hệ mới, trong đó có nhiều cam kết rất chặt chẽ. Trước tiên là lộ trình giảm thuế về 0% cho hầu hết các mặt hàng xuất

khẩu, đồng thời có nhiều quy định mới về quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn kỹ thuật, lao động, môi trường. Các FTA thế hệ mới tác động tích cực tới hoạt động thương mại, xuất khẩu thông qua thúc đẩy các dòng thương mại, đầu tư, chuyển giao công nghệ.

Như hiệp định EVFTA từ khi có hiệu lực từ tháng 8/2020, các mặt hàng nông sản chủ lực của Việt Nam xuất sang EU đã tăng lên hơn 20% trong những năm vừa qua. Các FTA thế hệ mới cũng góp phần giúp xuất khẩu Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ hơn. Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với các nước trong thị trường nội khối có mức tăng trưởng khá cao.

Thứ ba là sự phát triển ngày càng nhanh và mạnh mẽ của khoa học công nghệ với việc ứng dụng nền tảng số sẽ đem lại nhiều cơ hội cho chuyển đổi chuỗi giá trị nông sản Việt Nam. Công nghệ số sẽ hỗ trợ, góp phần chuyển từ hệ thống canh tác và phân phối truyền thống sang hệ thống canh tác thông minh, phân phối hiện đại tích hợp với các nền tảng trực tuyến và kết nối các quốc gia với nhau.

Thứ tư là phát triển chuỗi cung ứng nông sản xuất khẩu. Chuỗi cung ứng nông sản bao gồm doanh nghiệp, nhà thu gom hàng nông sản, nhà sản xuất, chế biến và phân phối, các đơn vị cung ứng dịch vụ logistics tham gia vào quá trình chuyển đổi hàng nông sản từ trang trại nuôi trồng cho đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Mục tiêu của chuỗi là đảm bảo cung cấp một cách hiệu quả cho thị trường quốc tế sản phẩm đạt tiêu chuẩn chất lượng cao, an toàn, tiện lợi với mức giá phù hợp và sự lựa chọn đa dạng, cũng như thân thiện với môi trường, thỏa mãn nhu cầu của khách hàng trên thị trường.

Không ít thách thức

Quá trình hội nhập ngày càng sâu rộng và toàn diện, mở ra cho Việt Nam nhiều cơ hội nhưng cũng phải đối mặt với những thách thức mới trong thời gian tới.

Trước hết là quá trình hội nhập quốc tế làm gia tăng cạnh tranh. Việt Nam đã ký kết tham gia và đàm phán 17 FTA. Tham gia FTA sẽ thu hút nhiều vốn FDI vào lĩnh vực nông nghiệp, đây là một thách thức lớn đặt ra, xu hướng đầu tư vào ngành nông nghiệp của các nhà đầu tư nước ngoài với lợi thế cả về tài chính, công nghệ và thị trường.

Với lợi ích thu được từ Hiệp định, nhất là những ưu đãi về thuế quan, nhiều nhà đầu tư nước ngoài sẽ đầu tư tại Việt Nam. Các doanh nghiệp nước ngoài sẽ dịch chuyển nhà máy từ nhiều quốc gia khác sang Việt Nam, gây áp lực cạnh tranh với các doanh nghiệp nông nghiệp trong nước. Khi đó nông sản trong nước sẽ bị cạnh tranh khốc liệt với sản phẩm của các doanh nghiệp FDI, đặc biệt là cạnh tranh về giá cả và chất lượng sản phẩm.

Quá trình hội nhập làm thu hẹp một số lĩnh vực sản xuất có khả năng cạnh tranh thấp. Các nước đang phát triển mạnh sản xuất nông sản với chất lượng cao cũng trở thành đối thủ cạnh tranh của Việt Nam trên các thị trường xuất khẩu gạo như Campuchia, Myanmar; xuất khẩu thủy sản như Ấn Độ, Mexico, Indonesia.

Tiếp đến là yêu cầu tiêu chuẩn chất lượng nông sản xuất khẩu ngày càng cao. Thị trường tiêu dùng hàng nông sản hướng đến các sản phẩm tiết kiệm năng lượng, thân thiện môi trường, trách nhiệm xã hội đòi hỏi các sản phẩm nông, lâm, thủy sản được khai thác hợp lý, từ đó đưa ra các tiêu chuẩn tương ứng về nguồn gốc sản phẩm như thủy sản, rau quả, gỗ...

Các quốc gia và người tiêu dùng trên thế giới đang đặt mục tiêu phát triển bền vững, giảm phát thải carbon. Nông sản Việt Nam đối mặt với nguy cơ chịu mức thuế đối với sản phẩm có mức phát thải lớn. Đây cũng là một trong những thách thức với xuất khẩu nông sản Việt Nam trong khi hệ thống truy xuất nguồn gốc, quản lý khai thác chưa được thực hiện bài bản, nhiều doanh nghiệp nông nghiệp bắt đầu quá trình đổi mới để thích ứng được với bối cảnh mới.

Ngoài ra, nông sản cũng sẽ đối mặt với nhiều rào cản thương mại, chính sách nhập khẩu của các nước với những yêu cầu khắt khe về chất lượng và an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc, bảo vệ môi trường, bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng yêu cầu thực hiện các cam kết quốc tế về môi trường và xã hội.

Thứ ba là chủ nghĩa bảo hộ thương mại xuất hiện trở lại. Những biến động kinh tế, chính trị, xã hội trên thế giới như dịch bệnh COVID-19, xung đột Nga-Ukraine, xung đột thương mại Hoa Kỳ-Trung Quốc, xung đột lãnh thổ trong các khu vực và giữa các nền kinh tế lớn, thay đổi trong chính sách thương mại của các quốc gia dẫn đến xu hướng bảo hộ gia tăng. Thêm vào đó, giá nguyên liệu đầu vào tăng ảnh hưởng trực tiếp đến giá thành và hiệu quả sản xuất, giảm sức cạnh tranh về giá của nông sản Việt Nam, giá xăng dầu biến động tạo bất ổn trong hệ thống sản xuất kinh doanh.

Thứ tư là phải đáp ứng yêu cầu cao về công nghệ. Đây vừa là thuận lợi, vừa là khó khăn đối với phát triển công nghệ ngành nông nghiệp. Việt Nam có nông nghiệp chưa thực sự phát triển, sản xuất còn manh mún, năng suất thấp, công nghệ lạc hậu.

Để đảm bảo các quy định về kỹ thuật, quy tắc xuất xứ, tiêu chuẩn về chất lượng, đáp ứng yêu cầu về môi trường đối với xuất khẩu nông sản chủ lực, cần đáp ứng các yêu cầu về công nghệ sản xuất hàng nông sản xuất khẩu, đặc biệt là công nghệ số như hiện nay.

Để làm được cần đầu tư mạnh vào công nghệ, máy móc, thiết bị tiên tiến, hiện đại, ứng dụng nền tảng số, công nghệ số vào quy trình sản xuất, kinh doanh, đây là một thách thức nhưng cũng là điều kiện để tạo ra năng lực cạnh tranh cho nông sản xuất khẩu của Việt Nam.

Thách thức cuối cùng là nguồn tài nguyên ngày càng khan hiếm cùng với biến đổi khí hậu. Nguồn tài nguyên đang dần bị suy thoái và cạn kiệt, sự gia tăng dân số, phát triển công nghiệp, đô thị hóa làm thu hẹp diện tích đất đai, diện tích rừng đầu nguồn. Nước sông, biển đang bị ô nhiễm nặng nề, chất lượng nước ngày càng xấu đi do có nhiều độc tố từ các chất thải kim loại nặng, chất thải hữu cơ, vô cơ từ sinh hoạt, sản xuất, các dư lượng hóa dược nông nghiệp và nuôi trồng thủy sản.

Ngoài ra, ngành nông nghiệp luôn phải đối mặt với nhiều khó khăn, thách thức từ các tác động của thiên tai như biến đổi khí hậu dẫn đến các hình thái thời tiết xảy ra bất thường, nhiệt độ tăng cao, mưa đá, nước biển dâng, xâm nhập mặn mức độ nghiêm trọng hơn, dịch bệnh ảnh hưởng đến sản xuất và kinh doanh hàng nông sản trong đó đặc biệt là các hàng nông sản chủ lực như gạo, cà phê, rau quả, thủy sản, gỗ.



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

THÔNG TIN THỦY SẢN

* Xuất khẩu thủy sản trở lại đường đua và tăng tốc

Tháng 8/2023, XK thủy sản sang nhiều thị trường đều đạt mức đỉnh kể từ đầu năm. Kết quả đó là tín hiệu cho thấy thủy sản XK đang trở lại đường đua và sẽ dần tăng tốc trong những tháng cuối năm.

Lần đầu tiên tăng trưởng dương sau 11 tháng sụt giảm liên tiếp, Mỹ đã lấy lại vị thế số 1 với 165 triệu USD kim ngạch NK thủy sản Việt Nam trong tháng 8, tăng gần 4% so với cùng kỳ năm 2022.

Dù XK cá tra vẫn thấp hơn 24%, nhưng XK tất cả các sản phẩm chủ lực khác sang Mỹ đều hồi phục trong tháng qua: tôm tăng 11%, cá ngừ tăng 2%, cá biển khác tăng 12%, cua ghe, mực bạch tuộc, nhuyễn thể có vỏ đều tăng từ 24-56% so với cùng kỳ năm trước.

Đang hồi phục chậm, nhưng thị trường Mỹ vẫn có xu hướng tốt hơn đối với tiêu thụ thủy sản đông lạnh. Trong khi giá bán lẻ thủy sản tươi sống tại Mỹ tiếp tục giảm, thì giá bán thủy sản đông lạnh đang tăng nhẹ 0,5%. Tới tháng 8/2023, lượng người tiêu dùng Mỹ ăn uống bên ngoài đã cao hơn trước, cũng là dấu hiệu tích cực về xu hướng tiêu thụ trong những tháng tới.

Tới hết tháng 8/2023, XK thủy sản sang Mỹ đã chạm mốc 1 tỷ USD. Dự báo cả năm 2023, thị trường này sẽ đóng góp 1,7 tỷ USD doanh số XK cho thủy sản Việt Nam, ít hơn 23% so với năm 2022.

XK thủy sản sang Nhật Bản và Trung Quốc trong tháng 8 tuy cao hơn so với 2 tháng trước đó, nhưng chưa phản ánh rõ xu hướng hồi phục. Tuy nhiên, vụ việc Nhật Bản xả nước thải hạt nhân ít nhiều đang làm xáo trộn thương mại thủy sản của nước này với các thị trường như Trung Quốc và các thị trường khác. Tác động tới thời điểm tháng 8 chưa thể hiện rõ ràng, nhưng có thể việc này sẽ làm giảm NK thủy sản Nhật vào Trung Quốc, Hàn Quốc và một số nước khác.

Nhật Bản XK sang Trung Quốc chủ yếu là các sản phẩm nhuyễn thể như sò, điệp, hào, mực – bạch tuộc, cá minh thái, cá hồi, cá tuyết, tôm nước lạnh... cho cả mục đích tiêu thụ nội địa và chế biến XK của Trung Quốc. Diễn biến này có thể giúp thủy sản Việt Nam có thêm thị phần tại một số thị trường trong thời gian tới. Do vậy, dự báo XK thủy sản sang Trung Quốc sẽ tăng trở lại mạnh mẽ hơn vào 4 tháng cuối năm, vừa để đáp ứng nhu cầu dịp Lễ Tết Nguyên đán, vừa bù đắp phần nào sụt giảm từ thị trường Nhật.

XK thủy sản sang Hàn Quốc trong tháng 8 cũng đạt mức cao nhất từ đầu năm, nhưng so với cùng kỳ vẫn thấp hơn 24%.

Tuy nhiên, ngoài các thị trường chính với các xu hướng khác nhau, thì có nhiều thị trường nhỏ ghi nhận mức tăng trưởng trong tháng 8, bao gồm: Australia, Philippin, Brazil, Arap Xeut và một số thị trường trong khối EU như Italy, Thụy Sĩ, Phần Lan...

Tháng 8/2023 cũng ghi nhận sự bứt phá của nhiều sản phẩm thủy sản, tập trung chủ yếu vào các loài hải sản như cá tuyết, cá minh thái, ghe, tôm hùm, cá trích, cá thu, nước mắm... Những sản phẩm như cá ngừ chế biến, cá biển đóng hộp, tôm biển, cua ghe, cá tra chế biến, tôm khô... đang có nhu cầu NK tăng so với năm trước.

Tuy nhiên, các mặt hàng chủ lực như tôm chân trắng, cá tra, cá ngừ, tôm sú, mực, chả cá đông lạnh vẫn thấp hơn so với cùng kỳ năm 2022, khiến doanh số XK chung chưa thể bứt phá.

Do vậy tới hết tháng 8, tổng XK thủy sản của cả nước vẫn tăng trưởng âm 24,5% so với cùng kỳ năm 2022. XK các sản phẩm chính đều thấp hơn 14 – 34% so với cùng kỳ năm trước.

Song, với những dấu hiệu tích cực hơn từ thị trường Mỹ và Trung Quốc, dự báo XK cá tra và tôm trong những tháng tới sẽ tiến triển tốt hơn. Theo đó, XK cá tra có thể mang về doanh số 1,8-1,9 tỷ USD, XK tôm ước đạt 3,6 tỷ USD và các mặt hàng hải sản sẽ đạt khoảng 3,5 tỷ USD. Và, như vậy, dự báo tổng XK thủy sản năm 2023 có thể đạt khoảng 9,1 – 9,2 tỷ USD, giảm 16% so với năm 2022.

* Xuất khẩu tôm và cá ngừ tích cực hơn trong tháng 8/2023

Xuất khẩu tôm tháng 8/2023: Thị trường Mỹ và Trung Quốc tiếp đà tăng

Tháng 8/2023, XK tôm Việt Nam đạt 337 triệu USD, giảm 15% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế 8 tháng đầu năm, XK tôm đạt 2,2 tỷ USD, giảm 28% so với cùng kỳ.

Xu hướng XK sang các thị trường trong tháng 8 vẫn tương tự xu hướng của tháng 7: XK sang 2 thị trường Mỹ và Trung Quốc tiếp tục đà tăng trưởng dương của tháng 7, XK sang các thị trường nhỏ hơn như Australia, Đài Loan, Thụy Sĩ ghi nhận tăng trưởng dương từ 3%-51%, XK sang các thị trường như EU, Nhật Bản, Hàn Quốc vẫn ghi nhận sụt giảm từ 32%-41% so với cùng kỳ năm trước.

Về cơ cấu sản phẩm tôm XK, tôm chân trắng (chiếm tỷ trọng 74%) có giá trị XK đạt 1,6 tỷ USD, giảm 29%. Giá trị XK tôm sú (chiếm 14%) đạt 315 triệu USD, giảm 25%, XK tôm loại khác (chiếm 12%) đạt 257 triệu USD, giảm 25% so với cùng kỳ năm trước.

Sau khi ghi nhận mức tăng trưởng dương so với cùng kỳ năm trước lần đầu tiên trong tháng 7, XK tôm Việt Nam sang Mỹ tiếp tục tăng 11% trong tháng 8, đạt 76 triệu USD. 8 tháng đầu năm nay, XK tôm sang Mỹ đạt 451 triệu USD, giảm 27%.

Theo Cơ quan Khí quyển và Đại dương Quốc gia Mỹ (NOAA), Mỹ NK 69.501 tấn tôm trong tháng 7/2023, tăng 3% so với tháng 7/2022. Lần đầu tiên sau 13 tháng, khối lượng NK tôm của Mỹ ghi nhận tăng trưởng dương so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, giá trị NK tôm của Mỹ trong tháng 7 năm nay vẫn giảm 8% so với tháng 7/2022. Giá trung bình tôm NK đạt 8,22 USD/kg, giảm 10% so với cùng kỳ năm trước.

Ấn Độ, nguồn cung tôm lớn nhất cho Mỹ (chiếm thị phần 38%), XK sang Mỹ 26.641 tấn tôm trong tháng 7/2023, tăng 13% so với cùng kỳ năm 2022. Giá trị XK tôm Ấn Độ sang Mỹ trong tháng 7 vẫn giảm 3% so với cùng kỳ. XK tôm Ecuador sang Mỹ (chiếm 27% thị phần), trong tháng 7 năm nay giảm 6% về khối lượng và giảm 13% về giá trị so với tháng 7 năm trước.

Đơn đặt hàng từ các hãng bán lẻ, nhu cầu nhập hàng phục vụ dịp “Lễ hội ăn chay” (Lent) của năm tới đều có xu hướng tăng. Dự báo, tháng 11 và 12 năm nay, nhu cầu NK tôm của Mỹ cũng sẽ khá quan trọng.

Mức tiêu thụ ngành thực phẩm và đồ uống (F&B) của nước này nhìn chung ổn định trong nửa đầu năm 2023. Tính đến tháng 7/2023, chỉ số niềm tin người tiêu dùng (CCI) tại Hoa Kỳ đã tăng 10% so với thời điểm đầu năm nay. Điều này cùng với thời điểm mùa lễ hội cuối năm sẽ là những tín hiệu tích cực đối với triển vọng tăng trưởng tiêu thụ ngành F&B của Hoa Kỳ trong nửa cuối năm nay.

XK tôm sang Trung Quốc & HK tháng 8/2023 đạt 56 triệu USD, tăng 32% so với cùng kỳ. Lũy kế 8 tháng đầu năm nay, XK tôm sang Trung Quốc & HK đạt 393 triệu USD, giảm 5% so với cùng kỳ.

Theo Tổng cục Hải quan Trung Quốc, nhập khẩu tôm nói chung vào thị trường Trung Quốc vẫn trên đà tăng trưởng. Lũy kế 7 tháng đầu năm đạt 591.827 tấn, trị giá 3,33 tỷ USD, tăng 38% về sản lượng và 19% về giá trị so với cùng kỳ năm trước.

Với những tín hiệu tích cực hơn từ thị trường Mỹ và Trung Quốc, XK tôm Việt Nam trong những tháng cuối năm nay sẽ thu hẹp dần mức giảm và ghi nhận kết quả tích cực hơn nửa đầu năm.

Tháng 8/2023 - xuất khẩu cá ngừ đạt mức cao nhất kể từ đầu năm

Tháng 8/2023, xuất khẩu cá ngừ Việt Nam đạt hơn 87 triệu USD, giảm 5% so với cùng kỳ năm trước. Đây là mức giảm thấp nhất và là mức giá trị cao kể từ đầu năm nay. Lũy kế 8 tháng đầu năm nay, xuất khẩu cá ngừ đạt 545 triệu USD, giảm 25% so với cùng kỳ.

Hiện giá trị XK các nhóm mặt hàng cá ngừ của Việt Nam đều tăng so với cùng kỳ, trừ thịt/loin cá ngừ đông lạnh mã HS0304. So với cùng kỳ năm trước, XK thịt/loin cá ngừ đông lạnh của Việt Nam giảm tới 42%, đạt gần 281 triệu USD.

Trong tháng 8 năm nay, XK cá ngừ sang các thị trường chính có nhiều biến động. Điểm nổi bật trong tháng 8 là sự tăng trưởng của thị trường Mỹ sau một thời gian sụt giảm liên tục. XK cá ngừ sang

Mỹ trong tháng 8 đã tăng nhẹ 2% so với cùng kỳ. Sự tăng trưởng này là do XK cá ngừ đóng hộp của Việt Nam tăng 24% trong tháng 8. Nhưng do mức tăng không nhiều nên tính lũy kế 8 tháng đầu năm 2023, XK cá ngừ sang Mỹ vẫn giảm gần 45% so với cùng kỳ, đạt gần 208 triệu USD.

Cùng với Mỹ, XK sang EU lại tiếp tục tăng tốc, với mức tăng 37% trong tháng 8. Đáng chú ý trong tháng 8, XK cá ngừ sang Italy tăng tới 45 lần so với cùng kỳ. Cùng với Italy, XK cá ngừ sang Đức và Hà Lan vẫn tăng, tuy nhiên tốc độ tăng trưởng đang chậm lại.

XK cá ngừ sang các thị trường chính nhỏ khác cũng đang có sự tăng trưởng tốt trong tháng 8 là Thái Lan và Philippines.

Trái lại, XK sang Israel sau một thời gian tăng trưởng tốt lại giảm mạnh trong tháng 8, giảm 57%. XK các sản phẩm cá ngừ chế biến và đóng hộp sang thị trường này giảm mạnh 82% so với cùng kỳ. Tuy nhiên, nhờ sự tăng trưởng tốt nên tính lũy kế 8 tháng đầu năm 2023 XK cá ngừ sang Israel vẫn tăng 50%.

Tại khối thị trường CPTPP, XK sang các thị trường thành viên vẫn chưa có dấu hiệu khởi sắc. XK sang Nhật Bản, Canada và Mexico đồng loạt giảm sâu trong tháng 8 lần lượt là 53%, 49% và 14%.

Tính tới thời điểm hiện tại, XK cá ngừ của Việt Nam đang dần thu hẹp mức giảm so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, khả năng phục hồi XK các thị trường trọng điểm như Mỹ, Nhật Bản hay Canada về lại mức của cùng kỳ năm trước rất khó. Nhưng theo thông tin từ các DN, các thị trường đang dần phục hồi. Giá cá ngừ nguyên liệu trên thế giới giảm đang thúc đẩy nhu cầu của các nhà NK trong giai đoạn cuối năm. Do đó, dự kiến nhiều khả năng XK cá ngừ trong những tháng tới sẽ trở về mức tương đương so với cùng kỳ năm 2022.

*** Đức xếp thứ 2 về nhập khẩu cá tra Việt Nam trong khối EU**

Theo thống kê của Hải quan Việt Nam, lũy kế 8 tháng đầu năm 2023 XK cá tra sang Đức đạt 23 triệu USD, tăng 19% so với cùng kỳ năm trước, chiếm tỷ trọng 2%. Sau khi tăng NK những tháng đầu năm nay, XK cá tra sang thị trường này đã chứng kiến tăng trưởng âm trong 3 tháng liên tiếp tháng 6,7,8.

Tháng 8/2023, XK cá tra Việt Nam sang Đức đạt hơn 2 triệu USD, giảm 18% so với cùng kỳ năm trước. Đây cũng là tháng thứ 3 liên tiếp, XK cá tra Việt Nam sang Đức ghi nhận tăng trưởng âm.

Tính đến hết tháng 8/2023, Đức vẫn duy trì vị trí số 2 trong khối thị trường EU về NK cá tra Việt Nam sau Hà Lan, đóng góp 20% giá trị vào tổng NK của EU.

Trước đó, 5 tháng đầu năm nay Đức luôn thuộc top thị trường duy trì tăng NK cá tra Việt Nam bất chấp biến động của thế giới. Đức cũng là một trong số ít những thị trường ghi nhận mức tăng trưởng 2 con số từ 20% - 84% trong 5 tháng đầu năm nay trong khi hầu hết XK cá tra sang các thị trường khác đều giảm. Đáng chú ý, tháng 3/2023 XK cá tra Việt Nam sang Đức tăng gấp 2,3 lần so với tháng 3/2022, đây cũng là mức tăng cao nhất kể từ đầu năm nay.

XK cá tra sang Đức bắt đầu ghi nhận giảm từ tháng 6/2023. Tháng 7 và tháng 8/2023, XK cá tra sang Đức cũng giảm lần lượt là 28% và 18% so với cùng kỳ năm trước.

Giống như các thị trường khác trong khối EU, Đức NK chủ yếu là sản phẩm cá tra phile, cắt khúc đông lạnh (Hs0304). 6 tháng đầu năm nay, top DN XK cá tra sang Đức bao gồm: Vĩnh Hoàn chiếm tỷ trọng 20%, GODACO chiếm 13%, Hùng Cá chiếm 11%, Hùng Cá 2 chiếm 9%, Đại Thành chiếm 9%, Vạn Đức Tiền Giang chiếm 7%,...

Kinh tế Đức đang đứng trước nhiều khó khăn. Nền kinh tế lớn nhất châu Âu được dự báo sẽ là rơi vào suy thoái trong năm nay. Theo dự báo của Tổ chức Hợp tác và Phát triển Kinh tế (OECD), Đức sẽ là nền kinh tế lớn duy nhất trong nhóm G7 tăng trưởng âm trong năm 2023. Lạm phát ở Đức hiện đang ở mức 6,5% trong tháng 7/2023 và có khả năng sẽ tiếp tục đứng ở mức cao trong một thời gian dài trước khi hạ xuống mục tiêu 2% mà ECB đặt ra, bất chấp giá năng lượng đã hạ nhiệt. Nên dự kiến các tháng tiếp theo, XK cá tra Việt Nam sang Đức vẫn chưa thể tăng.

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

THÔNG TIN CHĂN NUÔI

* Giá heo hơi tiếp tục xu hướng giảm

Sau khi giảm trong tháng 8/2023 và về dưới ngưỡng 60.000 đồng/kg, giá heo hơi tại các địa phương trong cả nước tiếp tục xu thế giảm nhẹ trong tháng 9/2023. Tính đến ngày 28/09, giá heo hơi tại miền Bắc dao động trong khoảng 55.000 - 57.000 đồng/kg. Giá heo hơi ở khu vực miền Trung, Tây Nguyên trong khoảng 54.000 - 56.000 đồng/kg. Giá heo hơi khu vực miền Nam dao động trong khoảng 53.000 - 58.000 đồng/kg.

Tham khảo giá heo hơi tại các tỉnh miền Bắc

Địa phương	Giá ngày 31/07 (đồng/kg)	Giá ngày 31/08 (đồng/kg)	Giá ngày 28/09 (đồng/kg)
Bắc Giang	61.000	58.000	57.000
Yên Bái	61.000	57.000	55.000
Lào Cai	61.000	57.000	56.000
Hung Yên	61.000	58.000	57.000
Nam Định	61.000	57.000	56.000
Thái Nguyên	62.000	58.000	57.000
Phú Thọ	61.000	58.000	57.000
Thái Bình	62.000	58.000	57.000
Hà Nam	61.000	57.000	56.000
Vĩnh Phúc	61.000	58.000	56.000
Hà Nội	62.000	58.000	56.000
Ninh Bình	61.000	57.000	56.000
Tuyên Quang	61.000	58.000	56.000

Tham khảo giá heo hơi tại các tỉnh miền Trung và Tây Nguyên

Địa phương	Giá ngày 31/07 (đồng/kg)	Giá ngày 31/08 (đồng/kg)	Giá ngày 28/09 (đồng/kg)
Thanh Hóa	61.000	57.000	56.000
Nghệ An	60.000	57.000	56.000
Hà Tĩnh	60.000	57.000	56.000
Quảng Bình	60.000	57.000	56.000
Quảng Trị	60.000	57.000	56.000
Thừa Thiên Huế	60.000	57.000	55.000
Quảng Nam	60.000	57.000	56.000
Quảng Ngãi	60.000	57.000	56.000
Bình Định	60.000	56.000	55.000

Khánh Hòa	60.000	56.000	55.000
Lâm Đồng	60.000	57.000	55.000
Đắk Lắk	59.000	55.000	54.000
Ninh Thuận	59.000	56.000	55.000
Bình Thuận	59.000	56.000	55.000

Tham khảo giá heo hơi tại các tỉnh miền Nam

Địa phương	Giá ngày 31/07 (đồng/kg)	Giá ngày 31/08 (đồng/kg)	Giá ngày 28/09 (đồng/kg)
Bình Phước	59.000	56.000	55.000
Đồng Nai	60.000	57.000	55.000
TP HCM	59.000	57.000	55.000
Bình Dương	59.000	56.000	55.000
Tây Ninh	59.000	57.000	55.000
Vũng Tàu	60.000	56.000	55.000
Long An	59.000	56.000	56.000
Đồng Tháp	60.000	57.000	56.000
An Giang	59.000	57.000	56.000
Vĩnh Long	59.000	57.000	55.000
Cần Thơ	57.000	58.000	56.000
Kiên Giang	59.000	57.000	56.000
Hậu Giang	59.000	57.000	53.000
Cà Mau	60.000	58.000	58.000
Tiền Giang	59.000	57.000	56.000
Bạc Liêu	60.000	58.000	55.000
Trà Vinh	58.000	56.000	53.000
Bến Tre	58.000	56.000	54.000
Sóc Trăng	58.000	58.000	55.000

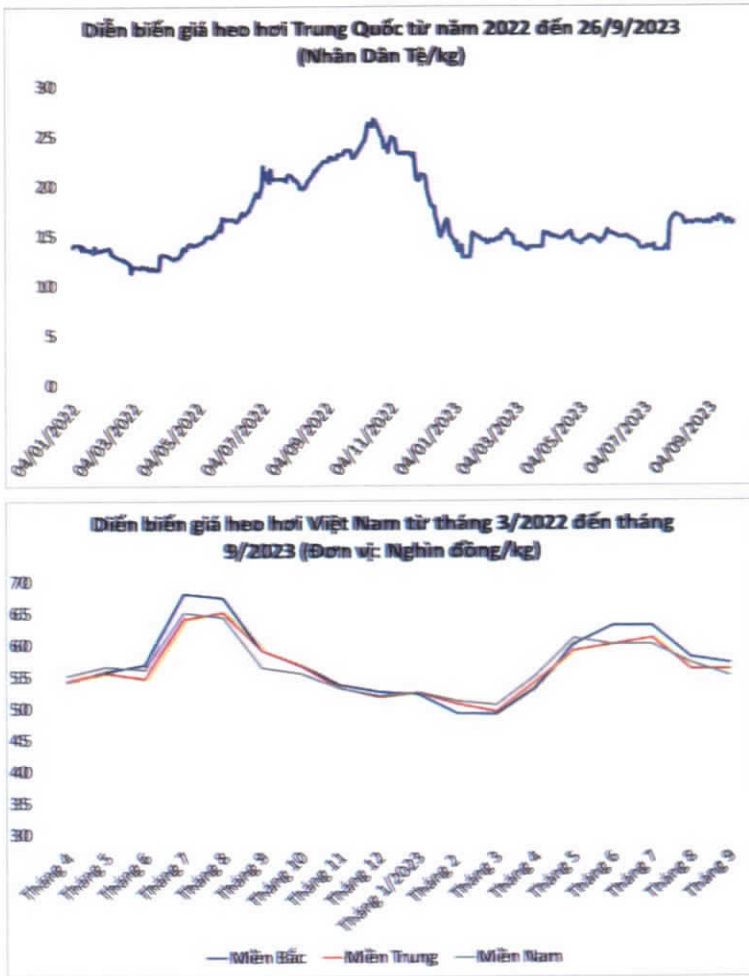
Giá heo hơi Việt Nam và Trung Quốc không còn biến động đồng pha

Giá heo hơi Trung Quốc đang trong xu hướng tăng mạnh kể từ đầu tháng 7 tới nay. Tính đến ngày 26/9, giá heo hơi Trung Quốc giao dịch ở mức 16,5 Nhân Dân Tệ/kg, tăng 26% so với đầu tháng 7.

Thông thường giá heo hơi Việt Nam và Trung Quốc có xu hướng đồng pha, tuy nhiên, lần này lại khác. Tại Việt Nam, giá heo hơi lại có xu hướng giảm mạnh khoảng 9% trong cùng giai đoạn xuống trung bình 57.000 đồng/kg.

Theo Nikkei Asia, giá heo hơi Trung Quốc đã tăng đáng kể kể từ khi chính phủ can thiệp vào thị trường thông qua thu mua số lượng lớn thịt dê dự trữ. Vào tháng 7, chính phủ Trung Quốc cho biết họ

đã mua 20.000 tấn thịt heo để bổ sung dự trữ quốc gia. Đây là đợt dự trữ thứ hai trong năm nay, sau đợt mua vào hồi tháng 2.



Thịt heo là mặt hàng chủ lực quan trọng ở Trung Quốc, chiếm khoảng 60% tổng lượng thịt được tiêu thụ tại quốc gia này. Năm 2022, khi "lạm phát giá thịt heo" leo thang lên mức cao ngất ngưỡng, chính phủ đã tung lượng dự trữ thịt heo ra thị trường để bình ổn giá.

Còn tại Việt Nam, lý giải cho đợt giảm lần này, ông Nguyễn Văn Trọng, Phó Chủ tịch Hiệp hội Trang trại Việt Nam cho biết thị trường nội địa vừa trải qua tháng 7 âm lịch (tức giữa tháng 8 - giữa tháng 9), nhiều người ăn chay, đặc biệt là các tỉnh phía Nam nên nhu cầu thịt giảm sút. Đây cũng là thời điểm tiêu thụ thịt heo thấp nhất trong năm.

Bên cạnh đó, tiêu thụ thịt heo của các trường học ở mức thấp do trong giai đoạn nghỉ hè. Tuy nhiên, đây là mức giá vẫn cao hơn nhiều so với những tháng trước đó. Ngoài ra, giá thức ăn chăn nuôi hạ nhiệt cũng là yếu tố kéo giá thành chăn nuôi xuống.

“Thời gian qua, việc kiểm soát mua bán heo theo đường tiêu ngạch được kiểm soát rất chặt chẽ. Bên cạnh đó, Trung Quốc có chính sách dự trữ quốc gia và tái đàn rất nhanh. Do đó, giá heo hơi heo Việt Nam và Trung Quốc không còn biến động đồng pha nhiều như trước”, ông Trọng nói.

Tuy nhiên, ông nhận định dù giá giảm nhưng vẫn đang ở mức chấp nhận được, hài hoà lợi ích giữa người chăn nuôi và người tiêu dùng.

“Mức giá khoảng 56.000 - 60.000 đồng/kg là hợp lý đối với cả người chăn nuôi và người tiêu dùng”, ông Trọng nói.

Chia sẻ tại Triển lãm đầu ngành chăn nuôi, thức ăn chăn nuôi, thủy sản và chế biến thịt tại Việt Nam, ông Võ Trọng Thành, đại diện Cục Chăn nuôi cho biết chi phí chăn nuôi hiện nay dao động trong khoảng 49.000 - 53.000 đồng/kg, người chăn nuôi hoàn toàn có lãi. Con số này thấp hơn khoảng 13% so với cùng kỳ năm trước nhờ giá thức ăn chăn nuôi hạ nhiệt.

“Năm trước khi giá lên 67.000 đồng/kg, một số người cho rằng Chính phủ cần can thiệp để hạ giá xuống. Tuy nhiên, sau đó, thị trường tự điều tiết mà chưa cần đến sự vào cuộc của Chính phủ và hiện vẫn tương đối ổn. Đặc biệt những đơn vị sản xuất theo chuỗi sẽ kiểm soát tốt hơn chi phí đầu vào và lợi nhuận tốt hơn”, ông Thành nói.

Giá heo hơi sẽ phục hồi cuối năm nay

Giá heo hơi trong nước từ nay đến cuối năm được dự báo sẽ phục hồi trở lại. Theo nhận định của Cục Xuất nhập khẩu năm 2023, nguồn cung heo sẽ không có biến động lớn vì nhiều hộ chăn nuôi khó tái đàn ngay lập tức với quy mô lớn sau khi đã chịu lỗ trong hai năm liên tiếp.

Bên cạnh đó, lạm phát duy trì ở mức thấp, mức lương cơ bản gia tăng có thể là yếu tố hỗ trợ cho tiêu thụ cuối năm dù giá thực phẩm đã tăng nhẹ. Ngoài ra, việc giá thức ăn chăn nuôi đang hạ nhiệt cũng là một yếu tố hỗ trợ cho các doanh nghiệp.

Mặc dù giá heo hơi Trung Quốc và Việt Nam ít có sự liên quan, Cục Xuất nhập khẩu kỳ vọng làn sóng dịch bệnh mới cùng với lũ lụt tại nước này có thể làm giảm nguồn cung, đẩy giá thịt heo nội địa tăng. Điều này có thể ảnh hưởng một phần đến thị trường heo của Việt Nam.

Ngân hàng Rabobank dự báo sản xuất thịt heo của Trung Quốc sẽ giảm mạnh trong quý II và đẩy giá thịt heo tăng trở lại. Tiêu thụ thịt heo của Trung Quốc năm 2023 dự báo cũng sẽ tăng nhẹ so với năm 2022 do nhu cầu của người tiêu dùng hồi phục sau đại dịch COVID-19

Theo ông Trọng, 6 tháng đầu năm, ngành chăn nuôi lỗ quá sâu, không riêng ngành heo. Do đó, ngành này đang bước vào giai đoạn phục hồi.

“Chưa năm nào như năm 2023, tất cả ngành chăn nuôi từ gia cầm, trâu bò đến heo đều thua lỗ. Tuy nhiên, thị trường không thể xuống mãi được. Từ nay đến Tết nhu cầu sẽ tăng lên khoảng 10% so với hiện tại. Ngoài ra, tình trạng việc làm dần cải thiện, đội ngũ công nhân tại doanh nghiệp cũng tăng lên từ đó nhu cầu tại các bếp ăn tập thể cũng cải thiện”, ông Trọng nói.

Ngoài ra, Việt Nam cũng đã kiểm soát tốt tình trạng nhập lậu heo từ giới, nên giá cả sẽ ổn định hơn.

Tuy nhiên, theo ông thị trường chưa thể kỳ vọng một cú tăng mạnh bởi mặc dù đàn nông hộ giảm rất nhiều chiếm khoảng 45% tổng đàn, giảm 15 điểm phần trăm so với năm 2022 nhưng các doanh nghiệp lớn vẫn duy trì được đàn tốt. Đàn nái của các doanh nghiệp ổn định và vẫn có kế hoạch tăng đàn.



(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

Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan giảm

Giá gạo xuất khẩu của Việt Nam và Thái Lan giảm trong tuần qua (tuần đến ngày 22/09) từ mức cao gần đây, trong khi những hạn chế về xuất khẩu gạo đỏ của Ấn Độ đã khiến hoạt động của nước này bị đình trệ.

Gạo 5% tấm của Ấn Độ được chào bán ở mức giá 525 - 535 USD/tấn tuần thứ hai liên tiếp, vẫn gần mức cao kỷ lục 520 - 540 USD/tấn đạt được trong ngày 31/8. New Delhi đã áp đặt thuế 20% với việc xuất khẩu gạo đỏ trong tháng 8.

Tại Việt Nam, gạo 5% tấm được chào bán ở mức 610 - 620 USD/tấn so với giá 620 - 630 USD/tấn một tuần trước đó. Động thái gần đây của Philippines nhằm áp trần giá gạo đã làm hạ nhiệt giá gạo xuất khẩu của Việt Nam. Nhưng nguồn cung khan hiếm và nhu cầu mạnh từ các khách hàng khác sẽ khiến giá không giảm thêm.

Số liệu sơ bộ cho thấy 275.250 tấn đã được xuất khẩu tại cảng Thành phố Hồ Chí Minh từ 1 tới 22/9, đa số được xuất sang Indonesia, Malaysia, Philippines và Thổ Nhĩ Kỳ.

Giá gạo 5% tấm của Thái Lan được chào bán ở mức 605 USD/tấn, giảm từ mức 613 - 615 USD/tấn một tuần trước. Sự sụt giảm này là do đồng baht mất giá.

Trong khi đó, giá gạo tại Bangladesh vẫn cao, mặc dù sản lượng tốt và dự trữ ở mức kỷ lục.

Kim ngạch xuất khẩu gạo sang các thị trường 8 tháng năm 2023 tăng 35,7%

Theo thống kê sơ bộ của Tổng cục Hải quan, trong tháng 8/2023 cả nước xuất khẩu 921.443 tấn gạo, tương đương 546,41 triệu USD, giá trung bình 593 USD/tấn, tăng 39,5% về lượng và tăng 50,7% về kim ngạch và tăng 8% về giá so với tháng 7/2023; so với tháng 8/2022 cũng tăng 28,8% về lượng, tăng 61,7% kim ngạch và tăng 25,5% về giá.

Trong tháng 8/2023 xuất khẩu gạo sang thị trường chủ đạo Philippines tiếp tục tăng mạnh 68,7% về lượng và tăng 89% về kim ngạch và tăng 12% về giá so với tháng 7/2023, đạt 409.656 tấn, tương đương 244,08 triệu USD, giá 595,8 USD/tấn; so với tháng 8/2022 cũng tăng 33,3% về lượng, tăng 77,9% kim ngạch và tăng 33,4% về giá. Xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc tháng 8/2023 tăng 61,4% về lượng, tăng 66,8% kim ngạch và tăng 3,3% về giá so với tháng 7/2023, đạt 67.448 tấn, tương đương 38,61 triệu USD; so với tháng 8/2022 cũng tăng 24,4% về lượng, tăng 45,8% kim ngạch và tăng 17,2% về giá.

Tính chung cả 8 tháng năm 2023 lượng gạo xuất khẩu của cả nước đạt trên 5,81 triệu tấn, tương đương trên 3,16 tỷ USD, tăng 21,4% về khối lượng, tăng 35,7% về kim ngạch so với 8 tháng năm 2022, giá trung bình đạt 543,9 USD/tấn, tăng 11,8%.

Philippines vẫn đứng đầu về tiêu thụ gạo của Việt Nam, chiếm 40,3% trong tổng lượng và chiếm 38,8% trong tổng kim ngạch gạo xuất khẩu của cả nước, đạt gần 2,35 triệu tấn, tương đương 1,23 tỷ USD, giá trung bình 523,6 USD/tấn, tăng 2,6% về lượng, tăng 15,6% về kim ngạch và tăng 12,7% về giá so với 8 tháng năm 2022.

Tiếp sau đó là thị trường Trung Quốc chiếm 13,5% trong tổng lượng và chiếm 14,3% trong tổng kim ngạch, đạt 786.102 tấn, tương đương 452,08 triệu USD, giá trung bình 575,1 USD/tấn, tăng mạnh 51% về lượng và tăng 67,9% kim ngạch; giá tăng 11,2% so với 8 tháng năm 2022.

Thị trường Indonesia đứng thứ 3 đạt 718.091 tấn, tương đương 361,25 triệu USD, giá 503 USD/tấn, tăng mạnh 1.459% về lượng, tăng 1.506% kim ngạch và tăng nhẹ 3% về giá so với 8 tháng năm 2022, chiếm 12,4% trong tổng lượng và chiếm 11,4% trong tổng kim ngạch xuất khẩu gạo của cả nước.

Xuất khẩu sang các thị trường FTA RCEP đạt 4,24 triệu tấn, tương đương 2,25 tỷ USD, tăng 31,4% về lượng, tăng 46,3% kim ngạch. Xuất khẩu sang các thị trường FTA CPTTP đạt 399.994 tấn, tương đương 212,54 triệu USD, tăng 6% về lượng, tăng 14,8% kim ngạch. Xuất khẩu sang thị trường Đông Nam Á đạt 3,43 triệu tấn, tương đương 1,78 tỷ USD, tăng 28% về lượng, tăng 42,4% kim ngạch.

Góp phần đưa hạt gạo Việt Nam khẳng định thương hiệu tại Canada

Thương vụ Việt Nam tại Canada sẽ hỗ trợ thương hiệu gạo ST25 của Việt Nam để có thể cạnh tranh tốt hơn với dòng gạo Hom Mali của Thái Lan.

Canada có gần 8 triệu người gốc Á đang sinh sống và làm việc, nên được đánh giá là một trong những thị trường nhập khẩu gạo quan trọng của thế giới.

Mặc dù Mỹ vẫn là đối tác chính trong việc xuất khẩu mặt hàng này vào Canada, nhưng Việt Nam đã vươn lên giành vị trí thứ 5 trong danh sách các nước xuất khẩu gạo vào thị trường này do có giá trị thương mại liên tục tăng.

Số liệu thống kê của cơ quan biên mậu Canada cho thấy, giai đoạn 2018-2022, sau khi Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiên bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) có hiệu lực, giá trị xuất khẩu gạo của Việt Nam đã tăng hơn 60%, lên tới gần 9,5 triệu USD.

Riêng 6 tháng đầu năm 2023, giá trị xuất khẩu của Việt Nam đã tăng hơn 35%, đạt giá trị thương mại trên 6 triệu USD, so với cùng kỳ năm trước.

Tuy nhiên, gạo Việt Nam hiện mới chỉ chiếm được 3% về lượng và hơn 1,5% về giá trị tại thị trường Canada, chưa bằng 1/10 thị phần gạo Thái Lan. Do vậy, tiềm năng xuất khẩu của chúng ta vẫn còn rất nhiều, đặc biệt là khi so sánh các mặt hàng cùng chủng loại, thì gạo Việt Nam luôn lợi thế cạnh tranh về giá cả.

Trả lời với phóng viên TTXVN tại Canada, Tham tán thương mại Đại sứ quán Việt Nam Trần Thu Quỳnh cho biết trong thời gian qua Đại sứ quán đã rất nỗ lực hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam, đặc biệt là doanh nghiệp của kiều bào, để tiếp cận hệ thống bán lẻ của nước sở tại.

Từ đầu năm 2023, với những cố gắng này, sản phẩm gạo của Việt Nam đã có tốc độ tăng trưởng mạnh cả về số lượng và giá cả xuất khẩu. Trung bình một tấn gạo của ta xuất sang đây có giá từ 800 đến 830 USD.

Số lượng doanh nghiệp nhập khẩu gạo Việt Nam tại thị trường Canada hiện còn rất khiêm tốn và mới chỉ xuất hiện rải rác tại một số thành phố lớn như Vancouver, Montreal hay Toronto.

Trước đây, họ thường nhập gạo của Thái Lan, nhưng kể từ khi gạo ST25 gây được tiếng vang trên thị trường quốc tế, các doanh nghiệp này đã quay sang nhập khẩu mặt hàng trên, với mong muốn vừa hỗ trợ bà con nông dân vừa giúp gạo Việt Nam có thương hiệu trên thị trường. Điều này đã góp phần cho sự tăng trưởng của gạo Việt Nam xuất khẩu vào Canada.

Ông Đinh Trung Dũng, Giám đốc công ty Vietnam Canada Trading, cho biết khi quyết định bắt tay với nhà nông, công ty đã đăng ký thương hiệu Viet Rice tại Canada để chuyên nhập gạo Việt Nam.

Tuy nhiên, các dòng gạo thường của ta không ngon được như gạo Thái và điều này đã dẫn tới việc công ty chuyển sang nhập loại ST25 để vừa góp phần khẳng định thương hiệu gạo, vừa hỗ trợ cho người nông dân.

Canada là một thị trường tiêu thụ gạo khá lớn, với nhu cầu nhập khẩu khoảng 500.000 tấn mỗi năm và đang có xu hướng tăng qua các năm. Nhưng thị trường này cũng có những yêu cầu khắt khe về chất lượng.

Do vậy, cần có sự phối hợp của tất cả các bên từ Thương vụ ở địa bàn đến các nhà xuất, nhập khẩu để đảm bảo các dòng gạo nhập khẩu vào đây luôn ổn định về chất lượng, đặc biệt là đối với thương hiệu ST25, giống như người Thái đã làm đối với dòng gạo chất lượng cao Hom Mali.

Ông Dũng chia sẻ mong muốn các nhà xuất khẩu trong nước cung cấp cho công ty loại gạo ST25 có chất lượng ổn định để có thể tạo dựng được niềm tin tại thị trường.

Ngoài ra, công ty cũng mong muốn được Thương vụ Việt Nam tại Canada hỗ trợ thông qua các mối quan hệ để có thể nhanh chóng đưa dòng gạo này vào các chuỗi siêu thị, góp phần tăng trưởng thị phần gạo của Việt Nam.

Chị Hoàng Tâm Hiếu, một trong những khách hàng bán lẻ, tiết lộ lý do phối hợp với Vietnam Canada Trading để góp phần tạo nên một thương hiệu gạo Việt Nam mạnh mẽ tại thị trường Canada, đó là xuất phát từ câu nói người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

ST25 đã giành được danh hiệu gạo ngon nhất thế giới ở Philippines năm 2019, nên tại sao cộng đồng mình lại không được dùng thương hiệu gạo Việt. Cho dù mình sống ở bất kỳ đâu thì mình vẫn là người Việt Nam.

Hiện nay, Thương vụ Việt Nam tại Canada cũng đang tích cực phối hợp với các cơ quan trong nước, hiệp hội gạo và các nhà xuất, nhập khẩu để tăng thị phần xuất khẩu gạo của Việt Nam vào thị trường Canada.

Các kế hoạch triển khai bao gồm hỗ trợ doanh nghiệp nhập khẩu nghiên cứu thị trường để xây dựng chiến lược mở rộng kinh doanh, định hướng các dòng gạo của Việt Nam theo phân khúc để xây dựng thương hiệu đối với các sản phẩm có thể mạnh đi vào thị trường ngách.

Đặc biệt, Thương vụ sẽ hỗ trợ thương hiệu gạo ST25 của Việt Nam để có thể cạnh tranh tốt hơn với dòng gạo Hom Mali của Thái Lan, đồng thời đảm bảo hỗ trợ kết nối các doanh nghiệp nhập khẩu với các vùng trồng xuất khẩu ST25 có đủ năng lực cung ứng và chất lượng đồng đều.

(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

* Tổng quan thị trường phân bón và dự báo

Giá phân bón thế giới tháng 8/2023 tiếp tục có xu hướng tăng khi nhu cầu có dấu hiệu cải thiện nhưng nguồn cung giao ngay ở một số khu vực lại bị thắt chặt. Trong nước, giá phân bón urea rục rịch tăng ngay từ đầu tháng 8/2023 do cả nước sẽ bước vào cao điểm mùa vụ, kết hợp với áp lực từ xu hướng tăng của giá phân bón thế giới. Dự báo giá phân urea trong nước sẽ tăng nhẹ trở lại từ quý 3 - đầu quý 4/2023 do chịu sức ép từ xu hướng tăng của giá phân bón thế giới.

- Thị trường thế giới

Giá phân bón thế giới trong tháng 8/2023 tiếp tục xu hướng tăng do nhu cầu Urea tăng tại hầu hết các khu vực trên thế giới trong bối cảnh nguồn cung hàng giao ngay đang thiếu hụt tại khu vực Trung Á và Đông Nam Á. Tuy nhiên, so với cùng kỳ năm trước, giá phân bón vẫn giảm từ 15-27%. Giá một số chủng loại phân bón như sau:

Tại Brazil, giá Urea hạt trong tăng 2,7% so với tháng trước, lên mức 511,4 USD/tấn (CFR), nhưng đã giảm 27,7% so với cùng kỳ năm 2022. Tương tự, tại Yuzhny tăng 3,6%, lên mức 388,7 USD/tấn (FOB), nhưng so với cùng kỳ năm trước giảm 20,1%; tại Baltic tăng 2,7% lên mức 396,1 USD/tấn, nhưng giảm 21,8% so với cùng kỳ năm trước đó; tại Trung Quốc tăng 2,9% lên mức 369,6 USD/tấn, và tăng 7,8% so với cùng kỳ năm 2022.

Tại Vịnh Mỹ giá Urea hạt đục tăng 1,1% so với tháng trước, lên mức 419,6 USD/tấn (CFR), nhưng đã giảm 21,1% so với cùng kỳ năm trước; Tương tự, tại Ai Cập giá Urea hạt đục tăng 3,9% so với tháng trước, lên mức 462,5 USD/tấn (CFR), nhưng giảm 27,5% so với cùng kỳ năm 2022; tại Vịnh Ả Rập giá Urea hạt đục tăng 3,5%, lên mức 491,8 USD/tấn (CFR), nhưng giảm 20,5% so với cùng kỳ năm trước; tại Iran giá Urea hạt đục tăng 3,6%, lên mức 440,2 USD/tấn (CFR), nhưng giảm 15,7% so với cùng kỳ năm 2022.

Giá DAP cũng tăng tại hầu hết các thị trường, tại Trung Quốc tăng 1,7% so với tháng trước, lên mức 514,3 USD/tấn, nhưng giảm 21,5% so với cùng kỳ năm trước; Tương tự, tại Tampa tăng 1,4% so với tháng trước, lên mức 524,6 USD/tấn, nhưng giảm 18,8% so với cùng kỳ năm ngoái; tại Vịnh Mỹ tăng 1,5% so với tháng trước, lên mức 533,2 USD/tấn, nhưng giảm 18,2% so với cùng kỳ năm trước; tại Baltic tăng 1,4% so với tháng trước, lên mức 527,6 USD/tấn, nhưng giảm 18,3% so với cùng kỳ năm trước.

Giá phân bón trên thị trường thế giới tháng 8/2023

Chủng loại	Thị trường	Tháng 8/2023	So với T7/2023 (%)	So với cùng kỳ năm 2022 (%)
Urea hạt trong	Yuzhny (FOB)	388,7	3,6	-20,1
	Baltic	396,1	2,7	-21,8
	Brazil (CFR)	511,4	3,2	-27,7
	Trung Quốc	369,6	2,9	7,8
Urea hạt đục	Ai Cập	462,5	3,9	-27,5
	Vịnh Ả Rập	491,8	3,5	-20,5
	Iran	440,2	3,6	-15,7
	Vịnh Mỹ (CFR)	419,6	1,1	-21,1
DAP	Baltic	527,6	1,4	-18,3
	Trung Quốc	514,3	1,7	-21,5

	Vịnh Mỹ	533,2	1,5	-18,2
	Tampa	524,6	1,4	-18,8
Kali	Vancouver	580,75	1,0	-1,6
	Israel	606,35	1,0	-0,8
	Tây Âu	606,65	1,0	-1,3
	Đông Nam Á	551,8	1,2	0,7

- Thị trường trong nước

Diễn biến giá cả:

Trong tháng 8/2023, các nhà máy sản xuất phân bón trong nước đều đã có thông báo điều chỉnh giá bán phân bón tăng theo xu hướng giá thế giới. Cụ thể, Công ty Cổ phần Phân bón Dầu Khí Cà Mau đã thông báo giá bán ra tại nhà máy tăng lên 10.000 đồng/kg; tại kho trung chuyển Tây Nam Bộ lên 10.100 đồng/kg, kho trung chuyển miền Trung và miền Bắc lên 10.150 đồng/kg, áp dụng trong giai đoạn ngày 2-15/8.

Trong khi đó, Tổng Công ty Phân bón và Hóa chất Dầu khí cũng nâng giá bán phân ure Phú Mỹ tại kho trung chuyển Tây Nam Bộ và miền Trung tăng 700 đồng/kg lên mức 9.900 đồng/kg; tại kho trung chuyển miền Bắc tăng lên mức 9.800 đồng/kg (mua riêng urea).

Các nhà máy phân bón khác như Đạm Hà Bắc và Đạm Ninh Bình cũng đã tăng giá bán phân urea.

Như đã đề cập, giá phân urea trong nước từ nay đến cuối năm có khả năng sẽ gia tăng khi nhu cầu vào mùa cao điểm và tác động từ xu hướng đi lên của giá phân bón thế giới. Tuy nhiên, giá phân ure trong nước dự kiến sẽ chỉ tăng nhẹ, khó tạo ra một cơn sốt như trong năm 2021 và 2022. Bên cạnh đó, các doanh nghiệp phân bón sản xuất phân bón cũng hạn chế ra hàng và “cầm chừng” trong việc nhập khẩu. Ngoài ra, hiện tượng El Nino sẽ tác động tiêu cực đến hoạt động trồng trọt trong nước, gây ra tình trạng xâm nhập mặn vào đất liền trong mùa khô (kéo dài từ tháng 11 đến tháng 4 năm sau) cho khu vực Tây Nam Bộ, gây ảnh hưởng lớn đến diện tích gieo trồng, từ đó tác động đến nhu cầu phân bón.

Tình hình xuất-nhập khẩu:

+ Xuất khẩu

Giai đoạn nửa đầu tháng 8/2023, lượng phân bón xuất khẩu đạt 63,4 nghìn tấn, kim ngạch đạt 27,2 triệu USD; Lũy kế từ đầu năm đến 15/8/2023 xuất khẩu phân bón đạt 1.005,9 nghìn tấn, kim ngạch đạt 418,3 triệu USD.

Trước đó, theo số liệu thống kê của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu phân bón tháng 7/2023 đạt 141 nghìn tấn, kim ngạch đạt 54,6 triệu USD, giảm 30,3% về lượng và giảm 18% về kim ngạch so với tháng trước. So với tháng 7/2022 tăng 25,5% về lượng nhưng giảm 10,4% kim ngạch. Tính chung 7 tháng năm 2023 xuất khẩu phân bón đạt 942,6 nghìn tấn, kim ngạch đạt 391 triệu USD, giảm 15% về lượng và giảm 45,8% về kim ngạch so với cùng kỳ năm trước.

Giá xuất khẩu bình quân 7 tháng năm 2023 đạt 414,9 USD/tấn, giảm 36,2% so với cùng kỳ năm 2022.

Về thị trường, trong 7 tháng năm 2023, lượng phân bón xuất khẩu sang thị trường Campuchia, chiếm 36% trong tổng khối lượng và tổng kim ngạch xuất khẩu phân bón của cả nước, đạt 341,2 nghìn tấn, kim ngạch 142,6 triệu USD, tăng 15,2% về lượng nhưng giảm 10,9% kim ngạch so với cùng kỳ năm trước.

Riêng tháng 7/2023 xuất khẩu sang thị trường này đạt 49,7 nghìn tấn với kim ngạch 19,69 triệu USD, giảm 21,2% về lượng và giảm 27,2% kim ngạch so với tháng 6/2023.

Thứ hai là xuất khẩu sang thị trường Malaysia chiếm 6% trong tổng khối lượng và chiếm 4,7% trong tổng kim ngạch xuất khẩu phân bón của cả nước, đạt 56,8 nghìn tấn, kim ngạch đạt 18,4 triệu USD, giảm 38% về lượng, giảm 59,2% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2022.

+ Nhập khẩu

Nửa đầu tháng 8/2023, nhập khẩu phân bón các loại đạt 160,4 nghìn tấn, kim ngạch đạt 49,8 triệu USD; Lũy kế từ đầu năm đến 15/8/2023 nhập khẩu phân bón các loại đạt 2.165,4 nghìn tấn, kim ngạch đạt 723,3 triệu USD, tăng 5,2% về lượng nhưng giảm 24,2% về kim ngạch so với cùng kỳ năm 2022.

Trước đó, trong tháng 7/2023 nhập khẩu phân bón các loại đạt 306,2 nghìn tấn, kim ngạch đạt 86,4 triệu USD, giảm 26,3% về lượng và giảm 34,2% về kim ngạch so với tháng trước, so với tháng 7/2022 thì tăng 81,5% về lượng và tăng 29,5% kim ngạch. Tính chung 7 tháng năm 2023 nhập khẩu phân bón đạt 2.006,4 nghìn tấn, kim ngạch đạt 674,8 triệu USD, tăng 2,8% về lượng nhưng giảm 26,3% về kim ngạch so với cùng kỳ năm trước.

Chủng loại phân bón nhập khẩu nửa đầu tháng 8/2023

Chủng loại	Nửa đầu tháng 8/2023		Lũy kế đến hết 15T8/2023		So với cùng kỳ năm 2022	
	Lượng (Tấn)	Kim ngạch (Nghìn USD)	Lượng (Tấn)	Kim ngạch (Nghìn USD)	Lượng (%)	Kim ngạch (%)
Phân bón các loại:	160.452	49.803	2.165.449	723.264	5,2	-24,2
Phân NPK	20.023	9.757	268.342	151.793	30,1	12,4
Phân Kali	40.674	12.630	289.609	119.518	-15,9	-45,4
Phân SA	40.957	5.877	677.093	110.437	-10,0	-55,0
Phân DAP	21.088	9.412	156.801	88.593	24,9	-14,4
Phân Urea	2.540	891	176.062	65.041	80,4	4,8

Về giá nhập khẩu, trong nửa đầu tháng 8/2023, giá các chủng loại phân bón nhập khẩu biến động tăng giảm trái chiều so với cùng kỳ tháng trước.

Cụ thể, giá NPK giảm 4,4%, xuống còn 487,3 USD/tấn; giá DAP giảm 12,1%, xuống còn 446,3 USD/tấn; giá Kali giảm 12,3%, xuống còn 310,5 USD/tấn; Ngược lại, giá SA tăng 9,9%, lên mức 143,5 USD/tấn; giá Urea tăng 11,3%, lên mức 350,6 USD/tấn.

Giá một số chủng loại phân bón nhập khẩu nửa đầu T8/2023

Chủng loại	Đơn giá TB (USD/Tấn)	Đơn giá TB cùng kỳ tháng trước (USD/Tấn)	So với cùng kỳ tháng trước (%)
Phân Urea	350,6	314,9	11,3
Phân NPK	487,3	509,8	-4,4
Phân DAP	446,3	507,5	-12,1
Phân SA	143,5	130,5	9,9
Phân Kali	310,5	353,9	-12,3

(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

* Doanh nghiệp Việt Nam có cơ hội lớn mở rộng xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang Nhật Bản

Trong nhiều năm trở lại đây, Nhật Bản là đối tác kinh tế - thương mại hàng đầu của Việt Nam. Cùng với sự phát triển các mối quan hệ này, doanh nghiệp nông, lâm, thủy sản Việt sẽ có nhiều cơ hội hơn nữa mở rộng hoạt động xuất khẩu sang thị trường Nhật Bản. Tuy nhiên, doanh nghiệp cần lưu ý các tiêu chuẩn nhập khẩu những mặt hàng này của Nhật Bản rất cao.

Đối với hàng nông, lâm, thủy sản phải đảm bảo các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, kiểm dịch động thực vật và đòi hỏi phải được sản xuất, nuôi trồng theo các tiêu chuẩn GAP, HACCP hay JAS - Tiêu chuẩn nông nghiệp Nhật nên kim ngạch xuất khẩu rau quả sang Nhật còn thấp. Hiện, một số loại hoa quả Việt Nam cũng chiếm thị phần lớn và ngày càng phổ biến trên thị trường Nhật như thanh long, xoài, sầu riêng, dứa, vải thiều, nhãn, chuối, trong đó, thanh long và chuối đang được người tiêu dùng ưu chuộng, kim ngạch cũng tăng khá hơn. Doanh nghiệp rau quả đã bắt đầu làm quen với thị trường Nhật Bản.

Trong số các mặt hàng rau quả, chuối là sản phẩm thị trường thế giới ưa chuộng số một, nhất là tại thị trường Nhật Bản. Nhu cầu tiêu thụ chuối trên thị trường thế giới ngày càng tăng, nếu doanh nghiệp làm tốt thị trường, nghiên cứu xu hướng tiêu dùng, đầu tư cho sản xuất theo tiêu chuẩn, điều kiện của thị trường nhập thì chắc chắn chuối Việt Nam sẽ có sức cạnh tranh và bán được cho nhiều thị trường khác nhau, cơ hội cho xuất khẩu chuối là rất lớn.

Theo Tham tán thương mại Việt Nam tại Nhật Bản, hiện tại, nhiều hệ thống tiêu thụ tại Nhật Bản mong muốn nhập khẩu chuối từ Việt Nam thay thế chuối Philippines bởi người tiêu dùng Nhật Bản cho rằng, chuối Việt Nam thơm ngon. Trong 7 tháng đầu năm 2023, nhập khẩu chuối của Nhật Bản từ Việt Nam đạt 7,9 nghìn tấn, trị giá 1,05 tỷ Yên (tương đương 7,1 triệu USD), tăng 62% về lượng và tăng 80,2% về trị giá so với cùng kỳ năm 2022. Tuy nhiên, tỷ trọng nhập khẩu chuối từ Việt Nam chỉ chiếm 1,3% tổng lượng chuối nhập khẩu của Nhật Bản. Do đó, vẫn còn rất nhiều dư địa để các doanh nghiệp xuất khẩu chuối mở rộng thị phần tại Nhật Bản.

Để khai thác tốt thị trường Nhật Bản, Thương vụ Việt Nam tại Nhật Bản cho rằng, Chính phủ, bộ, ngành, địa phương cần hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng các chuỗi cung ứng lạnh như hệ thống kho, logistic để bảo quản và vận chuyển các mặt hàng nông sản xuất khẩu. Hỗ trợ doanh nghiệp nâng cao năng lực cạnh tranh, quảng bá sản phẩm, kiểm soát chặt chẽ chất lượng và các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, truy xuất nguồn gốc. Hỗ trợ doanh nghiệp trong việc tổ chức các đoàn xúc tiến thương mại sang nước ngoài tham dự các hội chợ, triển lãm quốc tế theo các chuyên ngành.

Cùng với đó, doanh nghiệp cũng cần đảm bảo chất lượng sản phẩm; đảm bảo sự ổn định về giá bán và sản lượng cung ứng vì thị trường Nhật có tiêu chuẩn cao, khó vào nhưng nếu đã vào được thì sẽ ổn định và lâu dài. Đặc biệt, Thương vụ lưu ý, các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam khi kinh doanh với đối tác Nhật Bản không nên chỉ dừng ở việc "mua đứt - bán đoạn", mà còn nên tiếp tục theo dõi, kiểm soát xem sản phẩm của mình được thị trường đón nhận như thế nào, khách hàng phản hồi ra sao, nhằm tránh những rủi ro không đáng có (ví dụ như sản phẩm thực phẩm Việt gần hết hạn sử dụng nhưng vẫn được nhà nhập khẩu bán tại thị trường Nhật..., gây ra ấn tượng không tốt với người tiêu dùng...), từ đó đảm bảo được uy tín thương hiệu sản phẩm của mình.

* Đẩy mạnh xuất khẩu nông sản sang Phần Lan: Cần nắm rõ tiêu chuẩn, thị hiếu người dân nước sở tại

Theo Cục Xúc tiến thương mại (Bộ Công Thương), thời gian gần đây xu hướng tiêu dùng trên thị trường Phần Lan có sự thay đổi, người dân chú ý hơn tới sản phẩm giảm giá, cùng đó là xu hướng muốn trải nghiệm món ăn mới, trách nhiệm về tính bền vững... Đây là những thông tin mà doanh nghiệp Việt Nam cần nắm vững khi xuất khẩu hàng hóa sang Phần Lan.

Theo ông Lê Hoàng Tài - Phó Cục trưởng Cục Xúc tiến thương mại, mặc dù có nhiều cơ hội, song Phần Lan là thành viên khối EU, do đó các tiêu chuẩn về chất lượng đòi hỏi rất cao. Bà Hentriikka Kontio, Cố vấn, Bộ Nông nghiệp và Lâm nghiệp Phần Lan thông tin, 99% điều kiện tiêu chuẩn với hàng nhập khẩu của Phần Lan đã hài hoà hoá với EU. Do vậy, doanh nghiệp Việt Nam xuất khẩu hàng hoá vào Phần Lan phải tuân thủ theo quy định chung của EU.

Đơn cử, sản phẩm có nguồn gốc động vật như nhuyễn thể 2 mảnh sống phải nhập khẩu qua 17 cơ sở tại EU đã được cấp phép. Hay ớt, mỳ ăn liền... đã bị phát hiện dư lượng thuốc trừ sâu sẽ bị kiểm tra ngay tại biên giới.

Đặc biệt, Phần Lan còn áp dụng thêm quy định riêng với thực phẩm nhập khẩu như cần dán nhãn đối với sản phẩm thêm muối...

Thời gian gần đây xu hướng tiêu dùng trên thị trường Phần Lan có sự thay đổi, người dân chú ý hơn tới sản phẩm giảm giá- đây là hệ quả của lạm phát và lãi suất tăng thời gian qua. Cùng đó là xu hướng muốn trải nghiệm món ăn mới, trách nhiệm về tính bền vững thể hiện từ khâu sản xuất tới đóng gói sản phẩm. Với những đặc điểm đó, thâm nhập thị trường thông qua nhà môi giới tới nhà bán lẻ hoặc bán nguyên liệu thô cho doanh nghiệp Phần Lan là cách thức ban đầu được khuyến cáo với doanh nghiệp Việt Nam.

Bên cạnh đó, nông sản, thực phẩm, thủ công mỹ nghệ cũng là sản phẩm có tiềm năng lớn cho doanh nghiệp Việt Nam khai thác. Theo bà Anna Suheimo, Giám đốc Công ty Sera, tạo ra câu chuyện và tạo dựng hình ảnh rất quan trọng để bán được hàng tại EU. Chúng ta cần kể câu chuyện minh bạch và chia sẻ cho người tiêu dùng biết đâu là nhà cung ứng và chuỗi sản xuất ra sản phẩm bán cho khách.

Sản phẩm bền vững giá trị cao luôn được đề cao hơn và là xu hướng ngày một phổ biến. Thiết kế sản phẩm rất quan trọng có thể không cần hiện đại nhưng cần tồn tại lâu dài với thời gian. Hình ảnh sản phẩm phải đơn giản, dễ hiểu, dễ nhìn.

*** Sự kiện Fine Food Australia 2023 là cơ hội tốt để quảng bá thực phẩm, đồ uống thương hiệu Việt**

Mới đây, Thương vụ Việt Nam tại Australia đã có gian hàng trưng bày, giới thiệu, quảng bá và mời dùng thử sản phẩm, giúp kết nối với các đối tác quốc tế tại sự kiện Fine Food Australia 2023 được tổ chức tại Trung tâm triển lãm quốc tế ICC ở thành phố Sydney. Theo đánh giá, đây là cơ hội tốt để quảng bá thực phẩm, đồ uống thương hiệu Việt.

Tại hội chợ năm nay, bên cạnh việc quảng bá, giới thiệu nhiều ngành hàng và mặt hàng về công nghệ thực phẩm và đồ uống của Việt Nam, đặc biệt sản phẩm nước dừa và sự kiện dùng thử nước dừa Việt Nam đã thu hút được sự quan tâm và nhận được những phản hồi rất tích cực. Đây là mặt hàng mà cơ quan Thương vụ đã kiên trì xúc tiến trong nhiều năm qua và đến nay đã có những thành quả đáng mừng.

Cơ quan Thương vụ chú trọng vào sản phẩm nước dừa đóng hộp vì tính tiện lợi trong vận chuyển và phù hợp với đời sống hiện đại ở Australia. Hiện nay, người tiêu dùng đã có cơ hội thưởng thức nhiều nhãn hàng nước dừa “product of Vietnam” (sản phẩm của Việt Nam) tại hệ thống các siêu thị lớn ở quốc gia châu Đại Dương này như Coles, Harris Farm.

Trong bối cảnh cần đẩy mạnh hoạt động xuất khẩu đang gặp khó khăn chung, việc Thương vụ có gian hàng giới thiệu, quảng bá sản phẩm Việt Nam tại các triển lãm quốc tế hàng đầu của Australia có ý nghĩa rất thiết thực, đạt hiệu quả cao trong việc hỗ trợ hàng Việt Nam đến với các nhà nhập khẩu và phân phối tại thị trường.

Tại các sự kiện sắp tới, các doanh nghiệp Việt Nam có thể thông tin với cơ quan Thương vụ để giúp tập trung, tạo thành một Khu gian hàng Việt Nam/Viet Nam Pavilion, điều này sẽ tạo sức lan tỏa mạnh mẽ hơn nữa cho các sản phẩm Made in Việt Nam tại các sự kiện lớn Quốc tế.

THÔNG TIN GIAO THƯƠNG

* Thu mua dứa sáp Trà Vinh

Cơ sở kinh doanh hàng nông sản tại Tp.HCM thu mua dứa sáp Cầu Kè, Trà Vinh với số lượng lớn.

+ *Yêu cầu:* Dứa sáp loại 1 (1-1,3 kg), loại 2 (0,8-0,9 kg)

+ *Thông tin liên hệ:*

Dừa sáp Travico

Địa chỉ: Số 04 Phạm Ngũ Lão, Quận 1, TP.HCM

Người liên hệ: Tùng

ĐT: 0896404787

* Cần mua nguyên liệu làm nấm

Công ty TNHH Khoa Học Kỹ Thuật Sinh Vật He Quan có trụ sở tại Bình Phước đang có nhu cầu thu mua nguyên liệu làm nấm với số lượng lớn và ổn định.

+ *Yêu cầu:* Các nguyên liệu làm nấm như cám mì, cùi bắp xay không nhuyển quá cỡ 5-8mm trắng sáng, bã mía, bã đậu nành...

+ *Thông tin liên hệ:*

Công ty TNHH Khoa Học Kỹ Thuật Sinh Vật He Quan

Địa chỉ: TT Tân Phú, H. Đồng Phú, Tỉnh Bình Phước

ĐT: 0967505319

Email: hongoaanhkt118@gmail.com

* Cung cấp khoáng MgCl₂ cần thiết cho tôm, cá

Công ty Kiên Lược ABC, có địa chỉ tại TP.HCM, nhận cung cấp khoáng MgCl₂ bổ sung Magie cho tôm, cá với giá cả hợp lý.

+ *Thông tin sản phẩm:*

MgCl₂ Feed - Khoáng Magie tiêu chuẩn cho ăn

Thành phần: Magie Clorua feed 47%

Dạng sản phẩm: dạng vảy

Công dụng:

- Bổ sung Magie cho tôm

- Ổn định chất lượng nước, phát triển nguồn thức ăn tự nhiên cho tôm cá

- Dễ hấp thu, tăng năng suất

- Kết hợp với Canxi và Phospho giúp ổn định và phát triển hệ thống xương của vật nuôi

Xuất xứ: Nedmag - Hà Lan

Quy cách: 25 kg/bao

+ *Thông tin liên hệ:*

Công ty TNHH Kiên Lược ABC

ĐT/Zalo: 0949.002.045

Website: kienluocabc.com

Địa chỉ: Xã Thới Tam Thôn, Huyện Hóc Môn, Tp.HCM

* Cung cấp xác mắm phơi khô số lượng lớn

Cơ sở kinh doanh nông sản tại địa bàn phía nam nhận cung cấp xác mắm phơi khô với số lượng lớn.

+ *Thông tin sản phẩm:*

Xác mắm phơi khô với chỉ tiêu như sau:

Đạm20 % min

Ăm.....17% max

Tro.....25%

Các sạn.....1% max

Xuất xứ: Việt Nam

Giao hàng tận nơi với số lượng tối thiểu là 10 đến 15 tấn.

+ Thông tin liên hệ:

Người liên hệ: Hằng

Địa chỉ: Tp.HCM

ĐT: 0937 392 133

Email: hangtran078@gmail.com

* Cần mua gừng tươi

Doanh nghiệp thương mại hàng nông sản tại TP.HCM đang có nhu cầu thu mua gừng tươi nhằm phục vụ cho mục đích xuất khẩu.

+ Yêu cầu:

Trọng lượng từ 200g/củ. Số lượng 1x20'fcl.

Các cá nhân, tổ chức có năng lực liên hệ theo thông tin sau:

Công ty TNHH Eurosa

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

Người liên hệ: Mỹ Loan

Email: dumyloan@gmail.com

ĐT: 0707835265

* Cần mua bột ngô

Công ty INTERNATIONAL DAN & JIN CO., Ltd, có trụ sở tại TP.HCM, cần tìm nhà cung cấp bột ngô để xuất khẩu sang thị trường Hàn Quốc.

+ Yêu cầu:

Có chứng nhận Non- GMO đối với mặt hàng này.

Số lượng: mỗi tháng 1 cont 20FT/ 40ft

+ Thông tin liên hệ

INTERNATIONAL DAN & JIN CO., Ltd

Địa chỉ: 255 Nam Hòa, Phước Long A, Quận 9, TP.HCM

Email: jadenguyen.internal@gmail.com

ĐT: 0963682940

* Nhận cung cấp cây giống bơ sáp

Cơ sở ươm giống cây trồng tại Hà Nội nhận cung cấp cây giống bơ sáp với số lượng lớn.

+ Thông tin sản phẩm:

Cây giống bơ sáp.

Dễ trồng dễ chăm sóc, giàu dinh dưỡng khoảng 2-3 năm cho trái bói.

Giá cây 40k.

+ Thông tin liên hệ:

Nhà vườn Văn Tú

Địa chỉ: Kim Chung, Hoài Đức, TP. Hà Nội

ĐT: 0936.338.906

Web: <https://bit.ly/2rARY41>

* Cung cấp cây giống sầu giêng

Công ty DGREENVIETNAM nhận cung cấp cây giống sầu riêng.

+ Thông tin sản phẩm:

Cây giống do phía Công ty ươm trồng tại Vườn ươm Học Viện Nông Nghiệp Việt Nam và các cơ sở khác.

Nguồn giống nhập tại nước ngoài về ươm tạo.

+ *Thông tin liên hệ:*

DGREENVIETNAM

Địa chỉ: Trâu Quỳ, Gia Lâm, TP. Hà Nội

ĐT: 0948.305.292

Email: lienhe.dgreen@gmail.com

*** Bán bắp ủ chua với số lượng ổn định**

Cơ sở chế biến thức ăn gia súc tại Tp.HCM cần bán bắp ủ chua với số lượng ổn định.

+ *Thông tin sản phẩm:*

Thức ăn ủ chua bắp là cây thức ăn gia súc chất lượng cao, năng lượng cao, thức ăn lên men thích hợp cho động vật nhai lại đặc biệt đối với bò sữa và beeves.

Khi bắp được trồng bắp ủ chua, thời gian thu hoạch thích hợp là rất quan trọng. Giai đoạn trưởng thành của bắp sẽ ảnh hưởng đến chất lượng của bắp ủ chua vì số lượng các chất dinh dưỡng và độ ẩm trong các nhà máy. Mục tiêu của cơ sở là để bảo vệ cây trồng bắp lên men yếm khí để sản xuất tối ưu bắp ủ chua.

Toàn bộ cây bắp ở khoảng thời gian 60 ngày, thường thu hoạch ở một độ ẩm toàn bộ nhà máy là 65%.

Các cây bắp cắt nhỏ được trực tiếp đóng gói trong túi nhựa kín 0,15-0,17 mm độ dày).

Trọng lượng tịnh của một túi PE là 20 kg.

Sản phẩm không cần phụ gia cho tốt bảo quản bắp ủ chua (pH <4, độ ẩm 65%).

+ *Thông tin liên hệ:*

Người liên hệ: Ms. Yen

ĐT: 08.38.417.656- 0168.566.8520

Email:slaes12.sgn@pata-logistics.com

Skype: kim.yen21

*** Cung cấp cám dừa bột nâu dùng cho thức ăn chăn nuôi**

Công Ty Xuất Nhập Khẩu Đức Phúc, có trụ sở tại TP.HCM, nhận cung cấp cám dừa bột nâu dùng cho thức ăn chăn nuôi.

+ *Thông tin sản phẩm:*

Dạng bánh vỡ và dạng bột xay.

Bao bì: đóng bao 40 Kg PP bao cũ.

Quy cách phẩm chất:

- Màu sắc: Màu nâu hoặc nâu đậm.

- Mùi: đặc trưng của nước dừa.

- Cát / Silica: 2,5% max

- Mốc, mốc: Không.

- Độ ẩm: 12% max

- Độ đậm thô: 16% min.

- Độ xơ thô: 16% max.

- Độ béo thô: 12% max

- Độ tro: 7% max

- Aflatoxin: 30 ppb max.

+ *Thông tin liên hệ:*

Công Ty TNHH Xuất Nhập Khẩu Đức Phúc

Địa chỉ: Số 213/6 Nguyễn Xí, Phường 13, Q. Bình Thạnh, TP.HCM

ĐT/Zalo: 0773906903

Email: phatdt58@gmail.com

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

THÔNG TIN CẢNH GIÁC

* Trung Quốc kiểm tra kỹ hơn các mặt hàng hải sản tươi sống khiến doanh nghiệp thiệt hại lớn

Những ngày qua, phía Trung Quốc đã tiến hành kiểm tra kỹ hơn các mặt hàng hải sản tươi sống khiến doanh nghiệp của Việt Nam gặp khó khăn khi hàng chục tấn hải sản tươi sống chết hàng loạt.

Cụ thể, theo một đại lý làm thủ tục xuất nhập khẩu tại TP Móng Cái, trong 3 ngày qua, đối với hàng hải sản tươi sống, phía Trung Quốc kiểm soát chặt hơn khiến hàng bị ùn ứ. Hàng chục tấn hải sản, trong đó đặc biệt là tôm hùm bị chết, khiến doanh nghiệp chịu thiệt hại lớn.

Một lãnh đạo Chi cục Hải quan cửa khẩu Móng Cái (tỉnh Quảng Ninh) xác nhận phía Trung Quốc đã kiểm tra kỹ hơn mặt hàng hải sản tươi sống, khiến doanh nghiệp của Việt Nam gặp khó khăn. Hàng tấn hải sản tươi sống chết hàng loạt, gây thiệt hại lớn cho doanh nghiệp.

Tuy nhiên, theo vị lãnh đạo Chi cục Hải quan Cửa khẩu Móng Cái, tính đến 15 giờ ngày 22/9, toàn bộ các mặt hàng thủy sản của doanh nghiệp, cư dân biên giới xuất khẩu qua lối mở cầu phao tạm KM3+4 Hải Yên, Móng Cái đã được xuất sang Trung Quốc. Hiện không còn xe hàng nào tồn đọng tại khu vực cảng.

Trong ngày 22/9 đã có 65 xe hàng thủy sản tươi sống, thủy sản đông lạnh của các doanh nghiệp, cư dân biên giới xuất khẩu sang Trung Quốc, trong đó có 45 xe tôm hùm, 20 xe cua, ngao, ốc.

Được biết, trong 8 tháng đầu năm 2023, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu qua địa bàn TP Móng Cái đạt hơn 1,78 tỉ USD với hơn 760 doanh nghiệp làm thủ tục xuất nhập khẩu tại Chi cục Hải quan Cửa khẩu Móng Cái.

* Cần có chiến lược về giá gạo

Đến thời điểm này, thị trường gạo xuất khẩu của Việt Nam tiếp tục khởi sắc. Tuy nhiên, theo các chuyên gia việc giá tăng "nóng" thời gian qua đang đặt ra nhiều vấn đề cho ngành gạo Việt Nam.

Một kg gạo doanh nghiệp mua vào với giá 15.000 đồng. So với cùng kỳ năm 2022, giá đã tăng đến 40%. Đầu vào tăng kỷ lục khiến các doanh nghiệp gạo gặp không ít khó khăn khi xuất khẩu. Hiện 1 kg lúa tươi có giá từ 7.800 - 8.200 đồng. Giá nguyên liệu tăng nóng đã đẩy giá gạo xuất khẩu liên tục lập đỉnh, có thời điểm lên mức 640 USD/tấn, cao hơn gạo Thái Lan, Ấn Độ. Không chấp nhận, nhiều đối tác quay lưng, buộc các doanh nghiệp gạo trong nước phải giảm giá bán.

Giá xuất khẩu giảm buộc các nhà máy phải hạ giá thu mua nguyên liệu khiến nông dân phải chịu thiệt thòi, vì vậy cần sớm có giải pháp để giữ giá tốt cho hạt gạo Việt Nam.

Lâu nay, hoạt động mua - bán lúa, gạo giữa nông dân và doanh nghiệp gần như phụ thuộc vào hệ thống cò và thương lái, do đó cần xử lý thật nghiêm các trường hợp găm hàng, tăng giá, làm bất ổn thị trường. Chỉ khi lợi ích thật hài hòa giữa các bên, ngành gạo mới phát triển bền vững.

Giá gạo xuất khẩu tăng sẽ có lợi cho nông dân và doanh nghiệp. Tuy nhiên, mức tăng phải chấp nhận được. Để hài hòa vấn đề này, nhiều ý kiến cho rằng ngành lúa gạo Việt Nam cần sớm minh bạch quyền lợi giữa các bên và nên có chiến lược về giá trong thời gian tới.

Theo ông Nguyễn Nhật Quang, Phó Giám đốc Công ty TNHH Hoàng Gia Nhật Quang, các cơ quan chức năng có thẩm quyền nên can thiệp vào thị trường giá cả trong nước, bởi ảnh hưởng từ việc cò lái thu gom, đẩy giá gạo trong nước lên cao, khiến doanh nghiệp xuất khẩu không tiếp cận được với nguồn gạo trong nước. Trong khi nguồn gạo trong nước lại xuất đi các nước cũng gặp nhiều khó khăn.

Ông Quang cũng cho rằng nên có cơ chế định hướng giá sản xuất khẩu và cơ chế về tài chính cho ngành gạo để doanh nghiệp khi nhập hàng chưa đúng giá kỳ vọng như giá sản thì chúng ta có thể giữ lại. Giữ lại cần nguồn tài chính để tránh xuất khẩu khi vòng quay vốn đến hạn buộc phải bán đò, bán tháo, bán rẻ, bán dưới giá sàn.

(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*** Cảnh trọng mỗi nguy hại sức khỏe từ bánh trung thu giá rẻ, không rõ nguồn gốc**

Mặc dù các cơ quan chức năng đã tăng cường kiểm tra, giám sát và thu giữ nhưng các loại bánh trung thu không hóa đơn chứng từ vẫn được bày bán công khai từ chợ, cửa hàng đến các trang bán hàng trên mạng, gây tiềm ẩn nhiều nguy cơ đối với sức khỏe người tiêu dùng.

Ghi nhận tại TP.HCM, bánh trung thu nhân trứng chảy là mặt hàng bán chạy mỗi dịp Rằm tháng Tám (âm lịch). dịp này, các quầy bánh kẹo tại TPHCM lại bày bán bánh trung thu trứng chảy, nhiều loại chỉ từ 6.000-10.000 đồng/cái.

Tại khu chợ si bánh kẹo lớn nhất TPHCM - chợ Bình Tây (Quận 6), không khó để tìm mua loại bánh này với một số tên gọi như Liuxinxu, Bibizan và Pamiriter... và được quảng bá có xuất xứ Đài Loan (Trung Quốc).

Đặc điểm chung là các loại bánh này đều có giá khá “mềm” và không có tem nhãn tiếng Việt. Hiện giá bánh trung thu hiệu Liuxinxu là 50.000 đồng/hộp 6 cái (loại 55 gram/cái), bánh trung thu hiệu Pamiriter có giá 90.000 đồng/hộp 6 cái (loại 50 gram/cái), bánh trung thu Bibizan giá 70.000 đồng/hộp 12 cái (loại 45 gram/cái)...

Những sản phẩm này đều không ghi xuất xứ, không có hóa đơn chứng từ. Đây là thực phẩm được bao gói sẵn, trên sản phẩm có chữ nước ngoài, không có nhãn phụ bằng tiếng Việt Nam.

Trên các sàn thương mại điện tử và mạng xã hội, mặt hàng này cũng được chào bán rầm rộ. Các tài khoản thường xuyên đăng tải những hình ảnh, clip về bánh trung thu nhân trứng chảy chỉ 100.000 đồng/hộp 12 cái và được nhiều người hỏi mua. Thậm chí, mua từ 2 hộp trở lên sẽ được giảm giá còn 185.000 đồng.

Với mẫu mã bắt mắt, những hộp bánh trung thu trứng chảy này đang được khá ưa chuộng. Tuy nhiên, khi lực lượng Quản lý thị trường kiểm tra, các chủ cửa hàng đều không xuất trình được hóa đơn chứng từ chứng minh nguồn gốc xuất xứ của những mặt hàng này. Đặc biệt, nhiều loại bánh đều không có tên thương hiệu, cơ sở, ngày sản xuất, ngày hết hạn và thông tin ghi thành phần bánh.

Theo TS Phan Thế Đồng - Phó Chủ tịch Hội Dinh dưỡng thực phẩm TPHCM - Tổ chức Y tế Thế giới đã xác định, các loại nguyên liệu làm bánh như sữa, ngũ cốc, trái cây khô, các loại hạt, gia vị... đều dễ phát triển nấm mốc, bị ôxy hóa và biến chất.

Với khí hậu Việt Nam nóng ẩm quanh năm càng dễ biến chất. Người ăn các loại bánh hết hạn dùng này có thể bị tiêu chảy, buồn nôn, thậm chí bị ngộ độc cấp tính, tổn thương gan...

Chuyên gia dinh dưỡng cũng cảnh báo, các nguyên liệu bánh trôi nổi ẩn chứa rất nhiều nguy cơ với sức khỏe người sử dụng, đặc biệt là nhân bánh đã được trộn sẵn, bảo quản sơ sài. Lưu ý là nguyên liệu bánh trung thu khi mà được trộn vào gồm các loại hạt, mỡ đường, mứt... trong quá trình làm đã bị nhiễm khuẩn từng phần một.

Năm 2020, Bộ Khoa học công nghệ đã ban hành bộ tiêu chuẩn cho bánh trung thu bao gồm bánh nướng và bánh dẻo.

Với các tiêu chuẩn này sẽ giúp cơ quan quản lý có căn cứ để kiểm soát sản phẩm và người tiêu dùng có cơ sở để lựa chọn sản phẩm có chất lượng thích hợp. Với những loại bánh quá rẻ chỉ từ vài nghìn đồng, không có thương hiệu rõ ràng thì rất khó để họ sản xuất đảm bảo được các tiêu chuẩn của Bộ khoa học Công nghệ đã đề ra. Vì vậy, người dân cần tinh táo và có những lựa chọn thông minh khi mua hàng.

Để tránh bị ngộ độc thực phẩm, khi mua các sản phẩm bánh trung thu, người tiêu dùng nên chú ý chọn thương hiệu có uy tín, nguồn gốc xuất xứ rõ ràng. Sản phẩm phải ghi ngày sản xuất, thời hạn sử dụng và còn hạn sử dụng. Sản phẩm được bày bán ở những địa điểm kinh doanh xác định, đáp ứng các yêu cầu về điều kiện kinh doanh thực phẩm.

Đồng thời, sản phẩm không bị dập nát biến dạng, bao bì không rách nát, không có màu sắc khác thường, không bị thiu, ẩm mốc, hư hỏng và không có mùi khác lạ. Tuyệt đối không lựa chọn, mua sản phẩm trôi nổi, không có nguồn gốc, hàng hết hạn sử dụng, nấm mốc, bao bì rách nát, sản phẩm biến dạng, hàng lậu.

(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

TT	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 25/9/2023	Giá cả TT Ngày 02/10/2023	TT	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 25/9/2023	Giá cả TT Ngày 02/10/2023
I	Thực phẩm tiêu dùng			9	Dưa leo	15.000	14.000
1	Cá điêu hồng	55.000	55.000	10	Khoai cao	20.000	20.000
2	Cá lóc nuôi	65.000	65.000	11	Nấm rơm	90.000	90.000
3	Cá kèo nuôi	190.000	190.000	12	Bắp cải trắng	10.000	10.000
4	Cá rô phi	50.000	45.000	13	Đậu que	18.000	18.000
5	Cá trê nuôi	40.000	40.000	14	Đậu đũa	16.000	16.000
6	Cá tra (cá hú)	65.000	65.000	15	Cà tím	20.000	20.000
7	Cá tra thịt trắng	55.000	55.000	16	Bí đao	15.000	15.000
8	Lươn loại 1	180.000	180.000	17	Bí rợ (bí đỏ)	15.000	12.000
9	Ếch nuôi	60.000	60.000	18	Ớt	40.000	40.000
10	Tôm càng xanh	240.000	240.000	19	Gừng	32.000	32.000
11	Mực ống loại lớn	190.000	190.000	20	Đậu bắp	18.000	17.000
12	Thịt heo đùi	110.000	110.000	21	Khổ qua	15.000	18.000
13	Thịt heo nạc	115.000	120.000	22	Bầu	16.000	15.000
14	Thịt heo ba rọi	125.000	120.000	23	Cà chua	18.000	16.000
15	Thịt bò đùi	240.000	240.000	III	Trái cây		
16	Thịt bò phi lê (thăn)	250.000	250.000	1	Quýt đường	50.000	50.000
17	Vịt làm sẵn (nguyên con)	85.000	85.000	2	Bưởi năm roi	45.000	45.000
18	Thịt gà ta (nguyên con)	120.000	120.000	3	Xoài cát Hòa Lộc	65.000	65.000
19	Trứng gà ta	4.200	4.200	4	Xoài cát chu	35.000	35.000
20	Trứng gà công nghiệp	2.600	2.600	5	Táo Mỹ	90.000	90.000
21	Trứng vịt	2.500	2.500	6	Táo xanh	110.000	110.000
II	Rau củ quả			7	Dưa hấu	12.000	12.000
1	Cải xanh	15.000	18.000	8	Sapo	30.000	30.000
2	Cải ngọt	16.000	18.000	9	Cam mật	18.000	18.000
3	Cải thìa	12.000	10.000	10	Cam sành	22.000	22.000
4	Rau muống	14.000	14.000	11	Thanh Long	35.000	35.000
5	Rau mồng tơi	14.000	12.000	12	Chôm chôm nhãn	30.000	30.000
6	Cải xà lách	20.000	20.000	13	Mãng cầu xiêm	40.000	40.000
7	Hành lá	30.000	32.000	14	Mãng cầu ta	55.000	55.000
8	Củ kiệu	30.000	30.000	15	Ổi	15.000	15.000

(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 khu vực đồng bằng sông Cửu Long

TT	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 25/9/2023	Giá cả TT Ngày 02/10/2023	TT	Tên sản phẩm	Giá cả TT Ngày 25/9/2023	Giá cả TT Ngày 02/10/2023
I	Thực phẩm tiêu dùng			31	Cần tàu	30.000	30.000
1	Cải ngọt	17.000	17.000	32	Kiệu	35.000	30.000
2	Cải xanh	17.000	17.000	33	Bầu	16.000	16.000
3	Củ cải trắng	18.000	18.000	34	Mướp	15.000	15.000
4	Rau muống	12.000	12.000	II	Trái cây		
5	Cải xoong	60.000	60.000	1	Cam sành	35.000	35.000
6	Rau dền	15.000	15.000	2	Cam mật	18.000	18.000
7	Mồng toi	15.000	15.000	3	Quýt đường	50.000	50.000
8	Bông bí	30.000	30.000	4	Bưởi năm roi	45.000	45.000
9	Xà lách	22.000	22.000	5	Bưởi da xanh	50.000	50.000
10	Su su	25.000	25.000	6	Xoài cát Chu	35.000	35.000
11	Bắp non	35.000	35.000	7	Xoài cát Hoà Lộc	65.000	65.000
12	Cà rốt	25.000	25.000	8	Xoài Đài Loan	35.000	40.000
13	Khoai tây	25.000	25.000	9	Chôm chôm nhãn	30.000	30.000
14	Củ dền	23.000	23.000	10	Chôm chôm Java	20.000	20.000
15	Cải thảo	25.000	25.000	11	Mãng cầu xiêm	40.000	40.000
16	Dưa leo	15.000	15.000	12	Mãng cầu ta	55.000	55.000
17	Cà tím	15.000	15.000	13	Dưa hấu	12.000	12.000
18	Bí đao	20.000	20.000	14	Thanh Long	35.000	35.000
19	Bí rợ	25.000	25.000	15	Sapo	30.000	30.000
20	Đậu bắp	15.000	15.000	16	Ổi	15.000	15.000
21	Khô qua	17.000	17.000	17	Táo xanh	110.000	110.000
22	Cà chua	20.000	25.000	18	Táo Mỹ	90.000	90.000
23	Hành lá	35.000	35.000	19	Táo Trung Quốc	60.000	60.000
24	Hẹ	30.000	30.000	20	Nho Mỹ (nhỏ đen)	190.000	180.000
25	Khoai cao	30.000	30.000	III	Gạo		
26	Bắp cải trắng	17.000	17.000	1	Gạo thơm Jasmine	18.500	18.500
27	Đậu que	18.000	18.000	2	Gạo Hương Lài	19.500	19.500
28	Đậu đũa	15.000	15.000	3	Gạo thơm Đài Loan	21.000	21.000
29	Măng tươi	45.000	45.000	4	Gạo Nàng Hoa	19.000	19.000
30	Ớt	55.000	55.000	5	Gạo trắng thường	16.500	16.500

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

THÔNG TIN GIỚI THIỆU VỀ SẢN PHẨM OCOP TỈNH TRÀ VINH

RƯỢU XUÂN THẠNH TRẮNG (OCOP 3 SAO) CÔNG TY TNHH HAI SANG - TỰ NÔ



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

PHẠM PHƯỚC TRÃI - 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 20/02/2023. In xong và nộp lưu chiểu tháng 10 năm 2023.