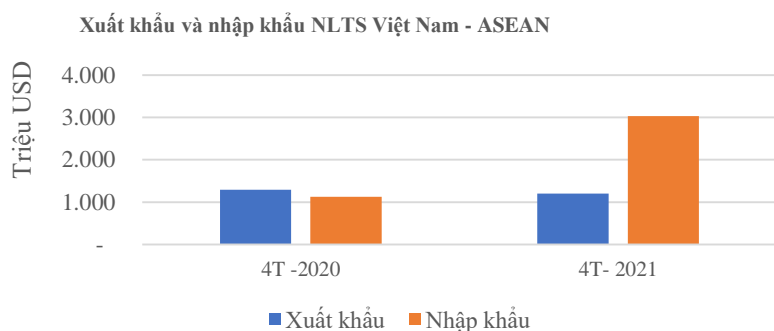


# BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

## Thị trường ASEAN

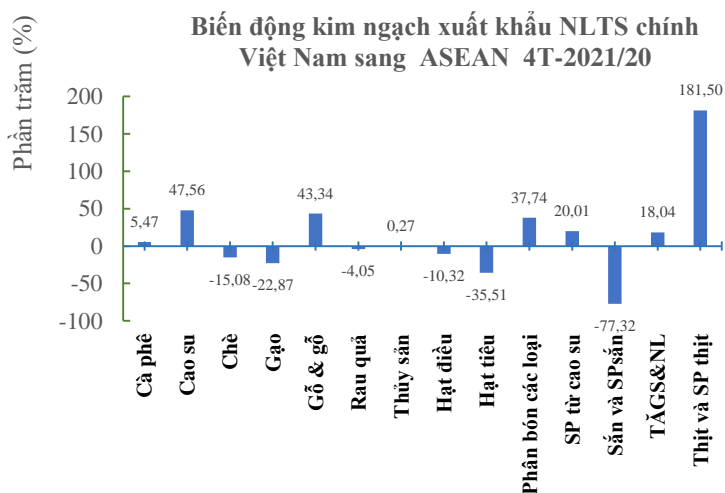


### TÌNH HÌNH CHUNG



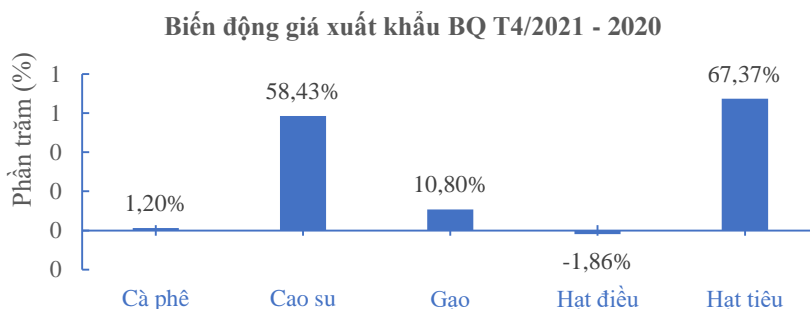
So sánh xuất nhập khẩu NLTS Việt Nam – ASEAN (4T/ 2021 – 4T/ 2020)

- Xuất khẩu ▼ 7,08%
- Nhập khẩu ▲ 170,35%



So sánh 4T-2021/ 2020

- Cà phê ▲ 5,47%
- Cao su ▲ 47,56%
- Chè ▼ 15,08%
- Gạo ▼ 22,87%
- Gỗ và SP Gỗ ▲ 43,34 %
- Rau quả ▼ 4,05%
- Thủy sản ▼ 0,27 %
- Hạt điều ▼ 10,32 %
- Hạt tiêu ▼ 35,51 %
- Phân bón ▲ 37,74 %
- SP từ cao su ▼ 20,01%
- Sắn & SP sắn ▼ 77,32%
- TĂGS và NL ▲ 18,04%
- Thịt và SP thịt ▲ 181,5 %



So sánh giá xuất khẩu BQ T4/ 2021/2020

- Cà phê ▲ 1,2%
- Cao su ▲ 58,43%
- Gạo ▲ 10,8 %
- Hạt điều ▼ 1,86%
- Hạt tiêu ▲ 67,37 %

## TỔNG QUAN TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Xuất khẩu nông lâm thủy sản (NLTS) của Việt Nam sang thị trường ASEAN chiếm khoảng 9% tổng xuất khẩu NLTS của Việt Nam. Xuất khẩu NLTS của Việt Nam sang các nước ASEAN trong 4 tháng đầu năm 2021 so với cùng kỳ năm 2020 giảm 7,08%, trong khi kim ngạch nhập khẩu NLTS tăng cao (tăng 170%). Tính riêng tháng 4/2021, kim ngạch xuất khẩu NLTS đạt 396 triệu USD, tăng 19,9% so với tháng trước, đồng thời tăng 12,5% so với cùng kỳ năm 2020.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN trong tháng 4 là gạo (chiếm 48%), thủy sản (chiếm 13%), cà phê (chiếm 8%), phân bón các loại (chiếm 7%), gỗ và sản phẩm gỗ chiếm 6%. So với tháng 3/2021, xuất khẩu một số mặt hàng NLTS tăng cao, đặc biệt là thịt và sản phẩm thịt (tăng 505%), tiếp đến là gạo (tăng 58%), phân bón các loại (tăng 46%), hạt điều tăng (27%), trong khi đó một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm là sắn và các sản phẩm sắn (giảm 73%), chè (giảm 41%), rau quả giảm 17%. So với cùng kỳ, hầu hết các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng, nhiều nhất là thịt và các sản phẩm thịt (tăng 936%), gỗ và sản phẩm gỗ (tăng 120%), cao su (tăng 74%), sản phẩm cao su tăng (58%). Ngoại trừ sắn và các sản phẩm sắn có kim ngạch xuất khẩu giảm mạnh (giảm 92%), các mặt hàng khác giảm không đáng kể. *(Chi tiết tại phụ lục đính kèm)*

Đề đối phó với việc giá thịt lợn tăng cao do dịch tả lợn châu Phi ảnh hưởng nghiêm trọng đến ngành chăn nuôi lợn, Philippines đã tạm thời giảm thuế suất thịt lợn và tăng khối lượng hạn ngạch. Vào ngày 15/5/2021, Tổng thống Duterte ban hành Sắc lệnh số 134, đặt mức thuế thịt lợn thấp hơn đáng kể so với mức ban đầu là 30% trong hạn ngạch và 40% ngoài hạn ngạch. Tổng thống cũng đã ban hành Lệnh hành pháp 133 vào ngày 11/5/2021, nâng Lượng tiếp cận tối thiểu hoặc hạn ngạch thuế quan đối với thịt lợn nhập khẩu từ 54.210 tấn đến 254.210 tấn. Vào 15/5, chính phủ Philippines đã quyết định giảm thuế suất MFN từ 40-50% xuống 35% trong năm nay với mục tiêu đa dạng hóa nguồn cung, nâng cao phúc lợi tiêu dùng cho người dân trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp. Quan ngại trước phản ứng tiêu cực của người dân, 5 ngày sau khi ban bố Sắc lệnh trên, chính phủ Philippines cho biết họ sẽ không nhập khẩu gạo trong thời gian người dân tiến hành thu hoạch.

Theo dự báo cập nhật tháng 5/2021 của USDA, sản lượng gạo của ASEAN trong năm 2021 vẫn được dự báo là sẽ đạt khoảng 115,2 triệu tấn, tăng 2,3 triệu tấn so với năm 2020. Về nhập khẩu, lượng gạo nhập khẩu của ASEAN năm 2021 kỳ vọng sẽ đạt 5 triệu tấn, giảm 75 nghìn tấn so với năm 2020.

Theo thương vụ Việt Nam tại Campuchia, 37 công ty trồng xoài của Campuchia vừa được phía Trung Quốc chính thức chấp nhận cho xuất khẩu xoài tươi vào thị trường này với khoảng 500.000 tấn mỗi năm. Như vậy sau hơn 3 năm đàm phán (từ năm 2018), Bộ Nông lâm ngư nghiệp Campuchia và Tổng cục Hải quan Trung Quốc (GACC) đã chính thức chấp nhận cho 37 công ty có trang trại trồng cây xoài, 5 công ty có nhà máy xử lý đóng gói quả xoài tươi của Campuchia đủ điều kiện để xuất khẩu quả xoài tươi trực tiếp vào Trung Quốc. Đây là trái cây thứ hai, sau quả chuối của Campuchia được trực tiếp xuất khẩu sang thị trường đông dân nhất thế giới này. Trung Quốc và Campuchia sẽ ưu tiên đàm phán về xuất khẩu thanh long, nhãn, dứa và các loại trái cây khác sang Trung Quốc trong thời gian tới.

Ngày 3/6/2021, vải U hồng Thanh Hà đã có mặt trên các kệ siêu thị tại Singapore. Chính thức thâm nhập thị trường Singapore từ năm 2020, vải Việt Nam đã ghi dấu ấn tốt tại thị trường nhờ ưu thế về chất lượng và giá cả. Mức giá bán của vải thiều Việt Nam tại Singapore năm nay đã cao hơn năm ngoái, được bày bán trên toàn bộ 230 siêu thị của FairPrice. Từ nay đến hết mùa vải, mỗi tuần Singapore sẽ tiêu thụ ít nhất 1 container 40 ft, dự kiến đến cuối tháng 7/2021, khối lượng xuất khẩu có thể lên đến 100 tấn. Hàng năm, Singapore nhập khẩu tới hơn 2000 tấn vải từ Trung Quốc, Việt Nam, Thái Lan và các nước Nam bán cầu như Úc, Nam Phi, Madagascar, Mauritius... Là nước không trồng vải, nhưng hàng năm, Singapore xuất khẩu gần 400 tấn vải tươi và đóng gói, tức khoảng 20% khối lượng nhập khẩu. Vải tươi được Singapore tái xuất chủ yếu sang: Malaysia, Indonesia, Brunei, Philippines; vải đóng hộp sang hàng chục thị trường, bao gồm: các nước ASEAN, Nam Á (Srilanka, Bangladesh, Pakistan), Maldives, Barbados, Fiji, Papua New Guinea, Kenya, Seychelles, các nước vùng Vịnh... Nếu không tính thị trường Trung Quốc, Singapore có thể cũng được coi là một “đối thủ cạnh tranh” với Việt Nam về khối lượng xuất khẩu trái vải ra thế giới.

Indonesia đã đặt mục tiêu đạt 6,05 tỷ USD từ xuất khẩu thủy sản vào năm 2021, cao hơn 1 tỷ USD so với năm trước. Tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa thủy sản của nước này đạt 1,75 tỷ USD trong quý I/2021, tăng 4,15% so với cùng kỳ năm ngoái. Thặng dư cán cân thương mại trong giai đoạn này đạt 1,59 tỷ USD, tăng 3,26%, so với cùng kỳ năm trước. Sự gia tăng giá trị xuất khẩu và thặng dư cán cân thương mại trong lĩnh vực hàng hải và thủy sản đã trở thành động lực để đạt được mục tiêu xuất khẩu thủy sản là 6,05 tỷ USD vào năm 2021.

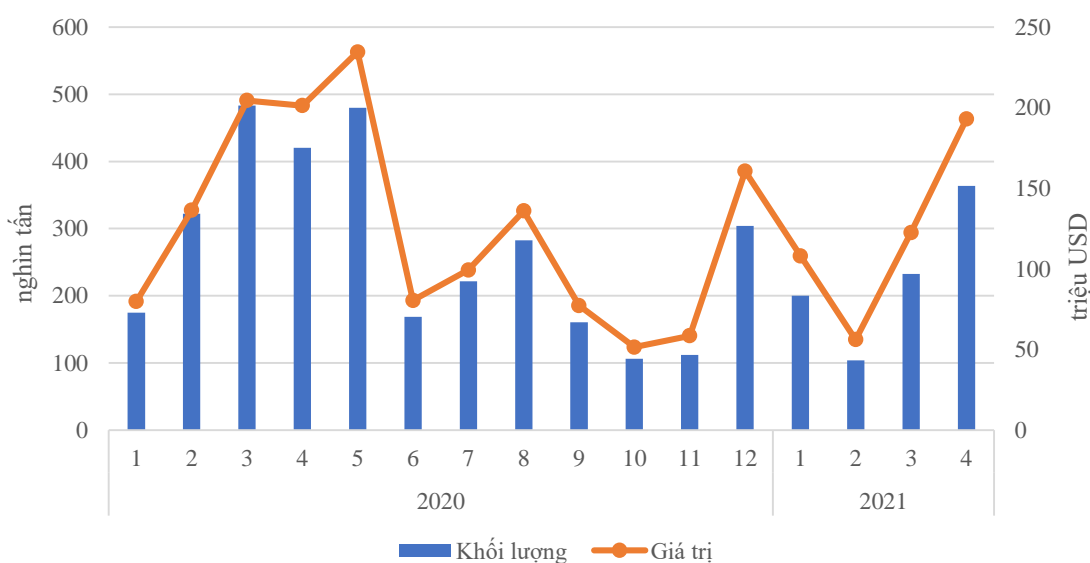
# CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC

## 1. LÚA GẠO

Theo dự báo cập nhật tháng 5/2021 của USDA, sản lượng gạo của ASEAN trong năm 2021 vẫn được dự báo là sẽ đạt khoảng 115,2 triệu tấn, tăng 2,3 triệu tấn so với năm 2020. Về nhập khẩu, lượng gạo nhập khẩu của ASEAN năm 2021 kỳ vọng sẽ đạt 5,0 triệu tấn, giảm 75 nghìn tấn so với năm 2020.

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 4/2021, Việt Nam xuất khẩu được 363,8 nghìn tấn gạo, trị giá 193,0 triệu USD sang thị trường ASEAN, tăng 56,6% về khối lượng và 57,5% về giá trị so với tháng trước, nhưng giảm 13,4% về khối lượng và 4,1% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020. Tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong 4 tháng đầu năm 2021 đạt 900,1 nghìn tấn, trị giá 479,6 triệu USD, giảm 35,7% về khối lượng và 22,9% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

**Hình 1: Khối lượng và giá trị xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá xuất khẩu gạo trung bình sang thị trường ASEAN tháng 4/2021 đạt 530,5 USD/tấn, tăng 0,6% so với tháng trước và 10,8% so với cùng kỳ năm 2020.

**Hình 2: Giá gạo xuất khẩu trung bình sang thị trường ASEAN**

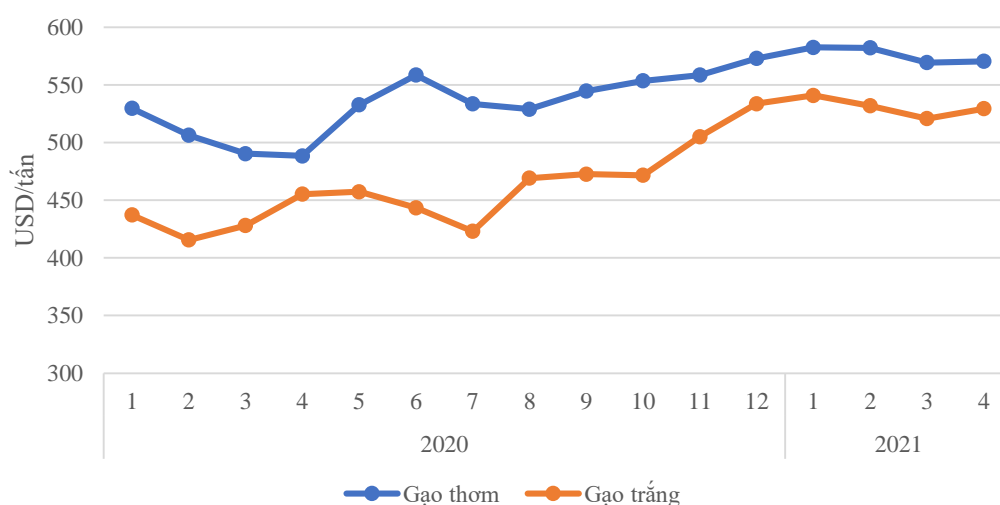


*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 4/2021, gạo trắng là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN chiếm 62,4% về khối lượng và 62,0% về giá trị; so với cùng kỳ năm ngoái, xuất khẩu gạo trắng sang ASEAN đã tăng 20,0% về khối lượng và 38,6% về giá trị. Đứng thứ hai là gạo thơm chiếm 29,4% về khối lượng và 30,2% về giá trị; so với cùng kỳ năm ngoái, xuất khẩu gạo thơm sang ASEAN đã giảm 44,4% về khối lượng và 37,0% về giá trị.

Giá gạo trắng tháng 4/2021 đạt trung bình 529,4 USD/tấn, tăng 1,7% so với tháng trước và 16,3% so với cùng kỳ năm ngoái. Giá gạo thơm tháng 4/2021 đạt 570,4 USD/tấn, tăng 0,2% so với tháng trước và 16,8% so với cùng kỳ năm ngoái.

**Hình 3: Giá một số loại gạo xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 4/2021, top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty CP Tập đoàn Intimex, Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thành Tín và Công ty TNHH Tân Thạnh An, và Tổng Công ty Lương thực miền Nam. Ba công ty này lần lượt chiếm 16,5%, 15,4% và 6,7% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN trong tháng 4/2021. So với cùng kỳ năm 2020, kim ngạch xuất khẩu của các công ty này thay đổi như sau: Công ty CP Tập đoàn Intimex tăng 2,0%, Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thành Tín tăng 127,8% và Tổng Công ty Lương thực miền Nam giảm 18,0%.

## 2. RAU QUẢ

Tờ Laotian Times đưa tin, các doanh nghiệp Trung Quốc vừa ký một thỏa thuận mua 9 sản phẩm nông nghiệp trị giá 1,5 tỷ USD của Lào trong giai đoạn 2021-2025. Trong đó có 100.000 tấn xoài, 50.000 tấn sầu riêng, 100.000 tấn chuối. Hiện nước này đang xuất khẩu 7 sản phẩm nông nghiệp sang Trung Quốc, gồm có ngô, sắn, chuối, gạo, dưa hấu, khoai lang và đậu. Tờ báo cũng cho biết, hiện các công ty Trung Quốc đang đầu tư tại Lào đã bắt đầu trồng nhiều loại cây trái khác nhau để xuất khẩu về Trung Quốc. Tính tới năm 2020, đã có tổng cộng 239 công ty của Trung Quốc đầu tư 590 triệu USD vào lĩnh vực nông, lâm nghiệp tại Lào, đưa nước này trở thành nhà đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp lớn nhất tại Lào.

Bất chấp Covid-19, triển vọng xuất khẩu trái cây tươi của Thái Lan vẫn hứa hẹn trong năm nay do nhu cầu tăng rất mạnh, đặc biệt là Trung Quốc, Việt Nam và Hồng Kông. Theo Phòng Xúc tiến Thương mại Quốc tế (Bộ Thương mại Thái Lan), triển vọng xuất khẩu trái cây tươi sẽ tăng 17% trong năm nay lên 122 tỷ bạt, tương đương 3,904 tỷ USD. Trong đó, Trung Quốc được kỳ vọng sẽ nắm giữ vị trí số một với tư cách là thị trường xuất khẩu trái cây tươi hàng đầu của Thái Lan, chiếm 70%, tiếp theo là Việt Nam (12%), Hồng Kông (10%) và các nước khác (8%). Phòng Xúc tiến Thương mại Quốc tế đang có nhiều hoạt động thúc đẩy xuất khẩu trái cây tươi phù hợp với chính sách thị trường của liên Bộ Nông nghiệp và Thương mại nước này đề ra. Ngoài ra cơ quan này cũng tổ chức các dự án và hoạt động kích cầu xuất khẩu trái cây trong suốt cả năm bao gồm: kết nối kinh doanh trực tuyến cho các nhà xuất khẩu trái cây tươi và chế biến và các nhà nhập khẩu nước ngoài, cũng như "Tháng vàng trái cây Thái Lan" và hội chợ trái cây Thái Lan được tổ chức tại các tỉnh trọng điểm của Trung Quốc. Phòng Xúc tiến Thương mại Quốc tế cũng đã phối hợp với Hiệp hội Xuất khẩu Sầu riêng và Măng cụt; Hiệp hội Thương mại Trái cây Modern Age; Hiệp hội Sầu riêng Thái Lan và Liên hiệp các nhà xuất khẩu trái cây Miền đông Thái Lan để tăng cường các biện pháp phòng chống Covid-19, không ảnh hưởng đến thời vụ.



Cục Đàm phán Thương mại Thái Lan cho biết, sầu riêng Thái Lan chiếm lĩnh thị trường Trung Quốc nhờ chính sách miễn thuế từ các hiệp định thương mại tự do (FTA). Xuất khẩu “vua trái cây” của Thái Lan trong quý đầu tiên của năm nay sang thị trường Trung Quốc đạt trị giá 186 triệu USD (5,8 tỷ бат), tăng 14% so với cùng kỳ năm ngoái, tiếp theo là Hồng Kông (14 triệu USD) và Việt Nam (10 triệu USD). Kim ngạch xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc năm 2020 đạt 1,5 tỷ USD, tăng 78% so với năm 2019. Nguyên nhân khiến ngành hàng trái cây của nước này tăng trưởng mạnh là nhờ các bản hiệp định thương mại tự do giúp Thái Lan có được lợi thế trên thị trường quốc tế. Ngoài 9 quốc gia trong khối ASEAN (Brunei, Campuchia, Indonesia, Lào, Malaysia, Myanmar, Philippines, Singapore và Việt Nam), thuế nhập khẩu sầu riêng Thái Lan hiện cũng đã được miễn thuế ở Trung Quốc, Hồng Kông, Australia, New Zealand, Nhật Bản, Ấn Độ, Chile và Peru. Theo Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP), Thái Lan có thể yêu cầu Hàn Quốc giảm dần thuế nhập khẩu đối với mặt hàng trái cây sầu riêng xuống bằng 0% từ mức thuế hiện nay là 36%. Ngoài ra Thái Lan cũng đang hy vọng nhu cầu đối với trái cây chế biến, như trái cây sấy khô, đóng hộp sẽ tăng lên do ngày càng có nhiều người tiêu dùng lựa chọn đồ ăn nhẹ lành mạnh.

Các nhà xuất khẩu chuối của Philippines đang đối mặt với giá cước vận chuyển cao, chậm trễ trong vận chuyển khiến lợi nhuận giảm ít nhất 15%. Chủ tịch Hiệp hội Người trồng và Xuất khẩu chuối của Philippines (PBGEA) cho biết phí vận chuyển đã tăng từ 15% đến 20% so với năm ngoái, giá vận chuyển tăng ảnh hưởng tới tất cả các nước xuất khẩu, trong đó có các nhà sản xuất ở Mỹ Latinh, không riêng gì Philippines. Bên cạnh phí vận chuyển tăng, việc trì hoãn các chuyến hàng cũng gây ảnh hưởng. Chẳng hạn, hàng từ thành phố Davao (Philippines) tới Trung Đông thông thường hết 25 ngày, nhưng nay, thời gian tăng lên từ 30 đến 35 ngày. Về mặt cạnh tranh tại thị trường Trung Quốc, cước vận chuyển cao đang khiến nước này đang mất dần lợi thế cạnh tranh với Việt Nam và Campuchia do 2 nước này gần Trung Quốc hơn và ít bị ảnh hưởng hơn bởi giá vận chuyển tăng. Giá chuối tại hai nước này sẽ rẻ hơn Philippines.

Ngày 16/5, măng cụt Thái Lan lần đầu tiên được nhập khẩu tại cảng Đông Hưng thuộc Fangchenggang, Quảng Tây. Tổng cộng có 2.400 thùng măng cụt 18 tấn được chuyển đến cảng Đông Hưng qua Việt Nam, sau đó chuyển sang Trùng Khánh để bán. Măng cụt ở miền đông Thái Lan sẽ vào vụ thu hoạch cao điểm vào tháng 4 hàng năm, nhưng năm nay, sản lượng măng cụt ở ba tỉnh Chanthaburi, Rayong và miền đông Thái Lan đã giảm 26%. Khu vực sản xuất đầu tiên bị ảnh hưởng bởi đợt lạnh, sau đó bắt đầu mưa nhiều vào tháng 5, số lượng lớn ra thị trường phải chờ đến cuối tháng Năm.

Sản lượng măng cụt của Indonesia cũng không khả quan, cũng bị ảnh hưởng bởi thời tiết, sản lượng măng cụt của Indonesia đã bị cắt giảm gần một nửa trong năm nay. Măng cụt của Indonesia được đưa vào thị trường sớm hơn Thái Lan, điều này có thể tạo ra khoảng cách giữa Thái Lan và thị trường nội địa. Từ ngày 2/12/2020, lô măng cụt

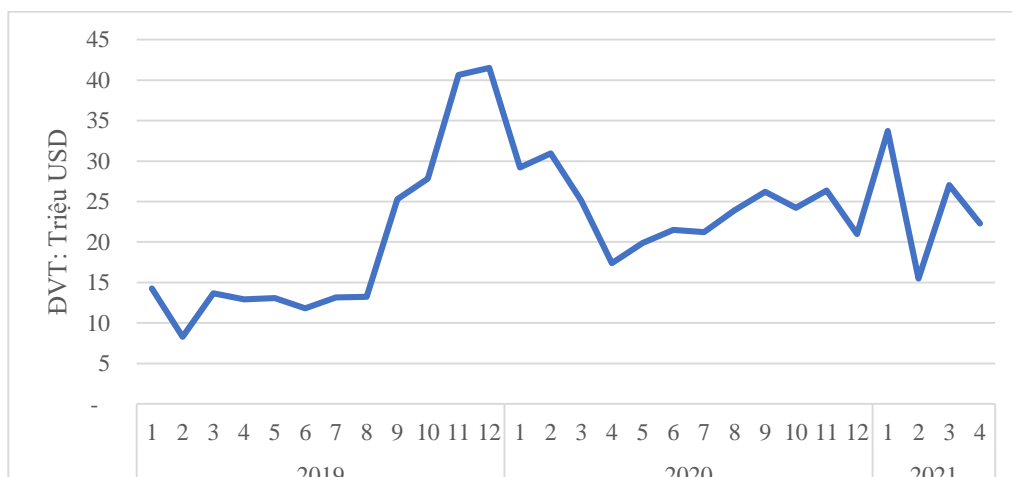
Indonesia vụ Nhật đầu tiên về nước, đến tuần này giá bán buôn măng cụt Indonesia vẫn được duy trì ở mức cao 450-500 NDT/hộp.

Theo thương vụ Việt Nam tại Campuchia, 37 công ty trồng xoài của Campuchia vừa được phía Trung Quốc chính thức chấp nhận cho xuất khẩu xoài tươi vào thị trường này với khoảng 500.000 tấn mỗi năm. Như vậy sau hơn 3 năm đàm phán (từ năm 2018), Bộ Nông lâm ngư nghiệp Campuchia và Tổng cục Hải quan Trung Quốc (GACC) đã chính thức chấp nhận cho 37 công ty có trang trại trồng cây xoài, 5 công ty có nhà máy xử lý đóng gói quả xoài tươi của Campuchia đủ điều kiện để xuất khẩu quả xoài tươi trực tiếp vào Trung Quốc. Đây là trái cây thứ hai, sau quả chuối của Campuchia được trực tiếp xuất khẩu sang thị trường đông dân nhất thế giới này.

Lô xoài đầu tiên vừa cập bến Trung Quốc, Campuchia đã bắt đầu đánh giá tính khả thi của việc xuất khẩu thanh long sang Trung Quốc, thanh long có thể trở thành loại trái cây thứ ba được xuất khẩu sang Trung Quốc sau chuối và xoài. Được biết, Trung Quốc và Campuchia sẽ ưu tiên đàm phán về xuất khẩu thanh long, nhãn, dứa và các loại trái cây khác sang Trung Quốc.

Giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường ASEAN tháng 4 năm 2021 đạt 22,3 triệu USD, chiếm 5,5% tổng giá trị xuất khẩu, giảm 17,6% so với tháng trước và tăng 28,1% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 17,4 triệu USD). Tính chung bốn tháng đầu năm 2021, giá trị xuất khẩu đạt 98,6 triệu USD, chiếm 7,2% thị phần và giảm 4,1% so với cùng kỳ năm 2020 (102,7 triệu USD).

**Hình 4: Giá trị xuất khẩu rau quả sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

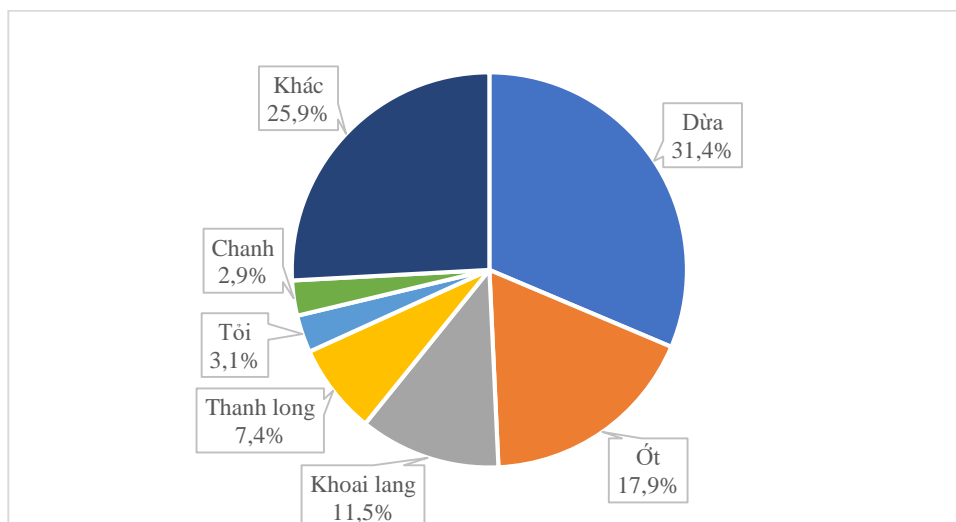
Cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang ASEAN tháng 4 năm 2021, mặt hàng rau quả tươi, khô, đông lạnh, sơ chế đạt 19,9 triệu USD (chiếm 89,1% thị phần, tăng 25,4% so với cùng kỳ năm 2020) và mặt hàng rau quả chế biến đạt 2,4 triệu USD (chiếm 10,9% thị phần, tăng 55,4%), trong đó: (i) trái cây đông lạnh, sấy khô, dẻo (mã HS 2008) đạt 764,3 nghìn USD (tăng 124,9% so với cùng kỳ năm trước); (ii) Trái cây



ngâm, cô đặc, mút dẻo (mã HS 2007) đạt 593,8 nghìn USD (tăng 2,1%); (iii) Rau chế biến (không đông lạnh- Mã HS.2005) đạt 518,0 nghìn USD (tăng 59,3%); ...

Trong tháng 4 năm 2021, các mặt hàng rau quả có giá trị xuất khẩu sang ASEAN nhiều nhất bao gồm dứa đạt 7 triệu USD (chiếm 31,4% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 75,5% so với cùng kỳ năm 2020); ớt đạt 4 triệu USD (chiếm 17,9%, tăng 268,9%); khoai lang đạt 2,6 triệu USD (chiếm 11,5%, giảm 21,8%); thanh long đạt 1,6 triệu USD (chiếm 7,4%, tăng 96,2%); ...

**Hình 5: Cơ cấu một số loại rau quả chính xuất khẩu sang ASEAN tháng 4/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá trị nhập khẩu rau quả của Việt Nam từ thị trường ASEAN tháng 4 năm 2021 đạt 20,9 triệu USD, chiếm 19,7% tổng giá trị nhập khẩu, tăng 10,6% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 18,9 triệu USD). Tính chung bốn tháng đầu năm 2021, giá trị nhập khẩu đạt 89,1 triệu USD, tăng 24,9% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 71,4 triệu USD). Trong tháng 4/2021, sản phẩm rau quả Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường này là đậu xanh đạt 9,3 triệu USD (chiếm 44,4%, tăng 55,7% so với cùng kỳ năm 2020); xoài đạt 5 triệu USD (chiếm 22,9%, tăng 92,0%); dứa đạt 0,9 triệu USD (chiếm 4,1%, tăng 27,7%); ...

Trong tháng 4/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH Logistics Quốc tế Việt Nam, Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Xaxa và Công ty TNHH XNK Dương Lan Hà Tiên với thị phần xuất khẩu lần lượt là: 10,0%; 6,5% và 6,1%. So với cùng kỳ năm ngoái, kim ngạch xuất khẩu của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ tăng 72,0%. Trong khi đó, Công ty TNHH Logistics Quốc tế Việt Nam và Công ty TNHH XNK Dương Lan Hà Tiên không xuất khẩu trong tháng 4/2020 nhưng đã đẩy mạnh xuất khẩu được trong tháng 4/2021.

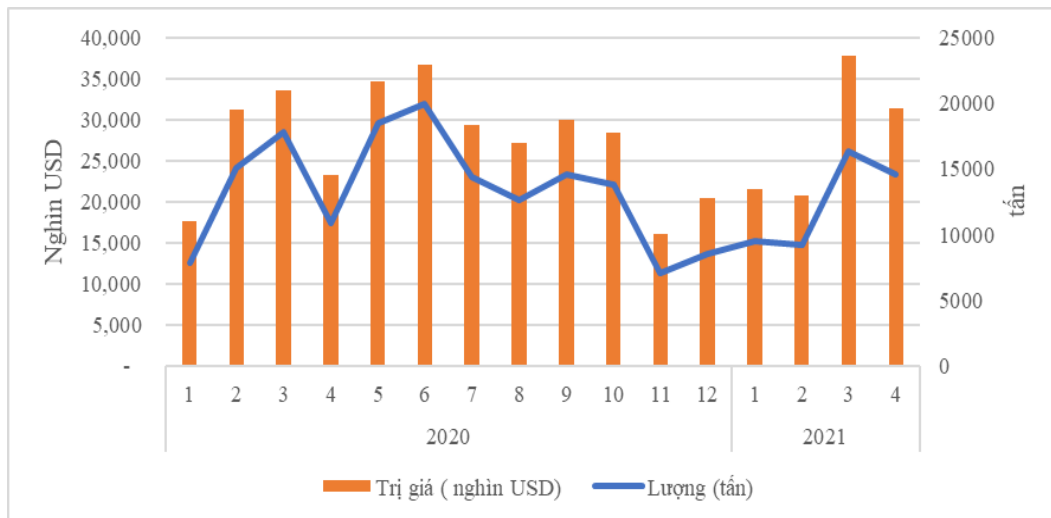
### 3. CÀ PHÊ

Theo báo cáo mới nhất của USDA, trong niên vụ 2021/22 sắp tới, sản lượng cà phê của Indonesia được dự báo sẽ giảm 70.000 bao (bao 60 kg) xuống 10,63 triệu bao do sản lượng cà phê Arabica thấp hơn trong kỳ thu hoạch đầu tiên do lượng mưa lớn hơn trung bình vào cuối năm 2020 và đầu năm 2021. Dự báo tiêu thụ nội địa của Indonesia cho niên vụ 2021/22 là 4,7 triệu bao, tăng khiêm tốn so với 4,45 triệu bao niên vụ 2020/21, nhưng vẫn dưới mức trước đại dịch. Indonesia tiếp tục thực thi các mức độ khác nhau về giãn cách xã hội. Hầu hết doanh số bán sản phẩm cà phê pha sẵn RTD diễn ra tại các cửa hàng tiện lợi, nơi đồ uống thường có giá hợp lý từ \$ 0,20 đến \$ 0,60 mỗi chai. Doanh số bán đồ uống RTD dự kiến sẽ vượt qua mức trước đại dịch vào năm 2021. Xuất khẩu của Indonesia sẽ đạt 6,5 triệu bao trong năm 2021/22, Hoa Kỳ, Ai Cập và Malaysia vẫn là ba thị trường xuất khẩu lớn nhất.

Nestlé Philippines và Cơ quan Phát triển Kỹ năng và Giáo dục Kỹ thuật Philippin đã ký một thỏa thuận hợp tác nhằm giáo dục và nâng cao kỹ năng cho những người nông dân trồng cà phê nhằm cải thiện phương pháp sản xuất để tăng năng suất cà phê và duy trì ngành cà phê nước này. Trong nhiều năm, sản lượng cà phê ở Philippines đã giảm, cà phê trồng trong nước chỉ đáp ứng 19% nhu cầu trong năm 2019. Sản lượng cà phê có dấu hiệu phục hồi vào đầu năm nay, sau khi tăng trưởng hai con số trong quý đầu tiên. Chương trình Sản xuất Cà phê Cấp độ II, cũng như quỹ học bổng và hỗ trợ của TESDA, nhằm đẩy nhanh đà này và thúc đẩy tăng trưởng bao trùm, đặc biệt là giữa các nhà sản xuất cà phê Robusta. Nestlé dự báo tiêu thụ của Philippin sẽ tăng 32% vào năm 2025. Điều này có nghĩa là mỗi người Philippines có thể có mức tiêu thụ bình quân đầu người gần 4 kg cà phê. Sản lượng cà phê đang có xu hướng tăng với mức tăng 12,5% trong quý đầu tiên của năm 2021.

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường ASEAN chiếm khoảng 10% tổng lượng cà phê xuất khẩu của Việt Nam. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, xuất khẩu tháng 4/2021 tăng mạnh so với tháng trước, đạt 14.595 nghìn tấn, trị giá 314.393 triệu USD, giảm 10,64% về lượng và giảm 17,08% về giá trị so với tháng 3/2021. Tuy nhiên, so với cùng kỳ tháng 4/2020, xuất khẩu cà phê tăng 33,81% về khối lượng và 35,42% về giá trị.

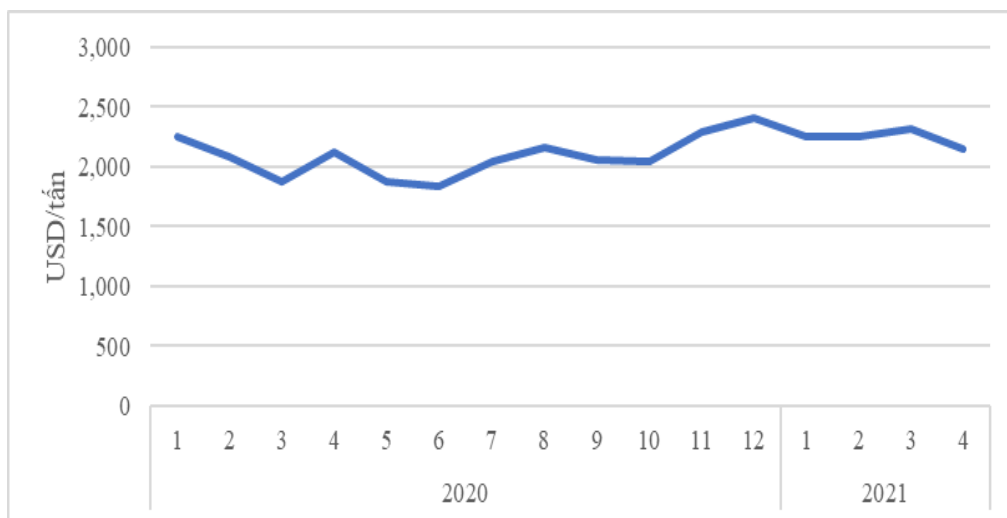
**Hình 6: Khối lượng và giá trị cà phê xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá xuất khẩu bình quân cà phê Việt Nam sang ASEAN tháng 4/2021 đạt 2.150 USD/tấn, giảm 7,2% so với tháng trước và tăng 1,2% so với cùng kỳ tháng 4/2020.

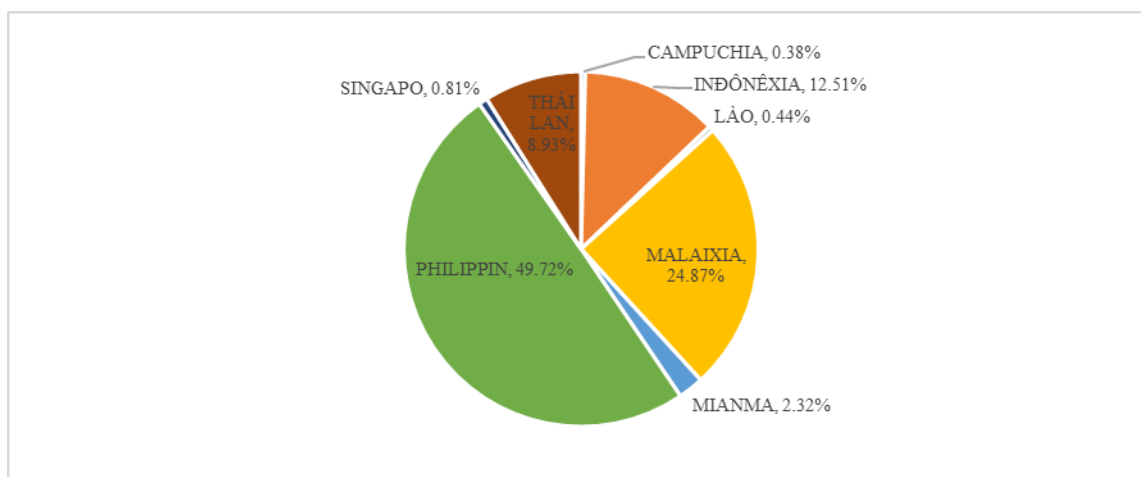
**Hình 7: Giá cà phê xuất khẩu bình quân sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Việt Nam xuất khẩu cà phê sang tất cả các nước trong khối ASEAN ( 9 quốc gia). Các thị trường nhập khẩu cà phê chính tại ASEAN trong tháng 4/2021, gồm Philipin chiếm tỷ trọng 49,7%, Malaysia chiếm 24,87%, Indonesia chiếm 12,5%, Thái Lan chiếm 8,95. Các thị trường khác chiếm dưới 2%.

**Hình 8: Cơ cấu thị trường xuất khẩu cà phê của Việt Nam tại ASEAN**

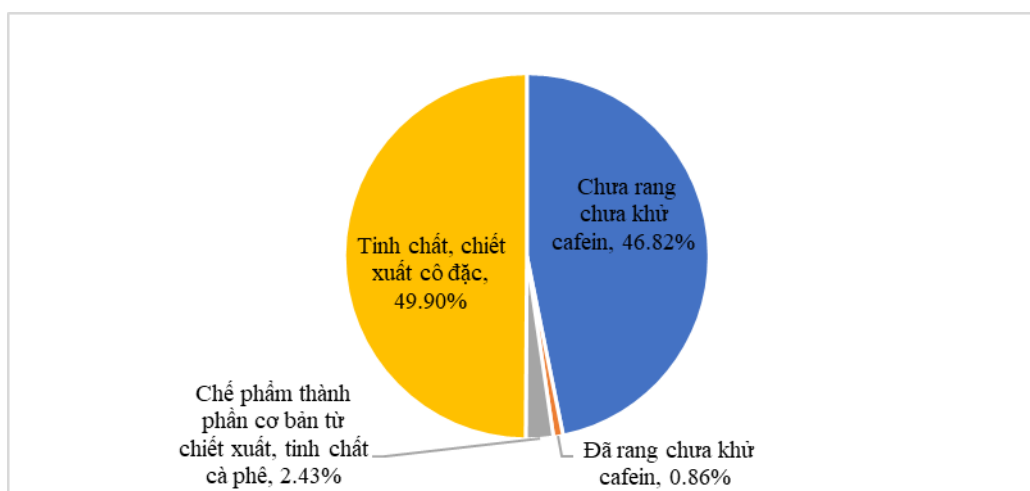


*Nguồn: Tổng cục Hải Quan*

So với tháng trước, xuất khẩu cà phê của Việt Nam tăng ở hai thị trường Philippin ( tăng 3,18%), tiếp đến là Thái Lan (tăng 1,74%). Các thị trường khác đều giảm, nhiều nhất là Campuchia (giảm 63%), Indonesia (giảm 62%), Lào ( giảm 38%).

Về cơ cấu sản phẩm, sản phẩm cà phê nhân chiếm 47,67%, cà phê hòa tan, tinh chất chiếm 52,33%. Tỷ trọng cà phê chế biến đã giảm 3,33% so với tháng trước và giảm 4,83% so với cùng kỳ năm 2020. Cụ thể: Cà phê chưa rang, chưa khử caffein đạt trị giá 14,6 triệu USD chiếm tỷ trọng 46,8, tăng 52% so cùng kỳ. Cà phê đã rang, chưa khử caffein đạt 269 nghìn USD, chiếm tỷ trọng 0,86%, tăng 1,2% so với cùng kỳ. Chế phẩm thành phần cơ bản từ chiết xuất, tinh chất cà phê đạt 762 triệu USD, chiếm 2,43%, tăng 91,5% so với cùng kỳ. Tinh chất, chiết xuất cô đặc đạt trị giá 15,6 triệu USD, chiếm 49,9%, tăng 21,4% so cùng kỳ.

**Hình 9: Cơ cấu sản phẩm, cà phê xuất khẩu sang ASEAN**



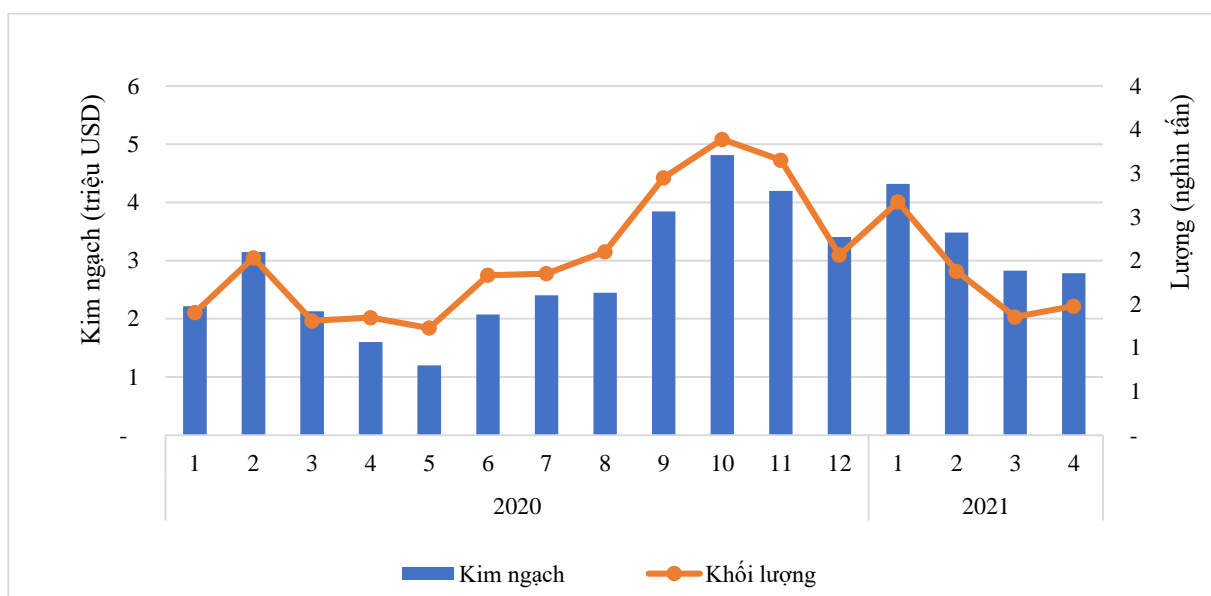
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 4/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là: Công ty TNHH URC Việt Nam, Công ty TNHH MTV XNK 2-9 Đắk Lắk, Công ty TNHH cà phê Outspan Việt Nam với thị phần lần lượt là: 29,76%; 8,87% và 5,99%.

#### 4. CAO SU

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 04/2021, xuất khẩu cao su sang các quốc gia ASEAN ước đạt 1,5 nghìn tấn với trị giá 2,8 triệu USD, tăng 9,3% về khối lượng và giảm 1,6% về giá trị so với tháng trước, và tăng 9,9% về khối lượng và 74,1% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

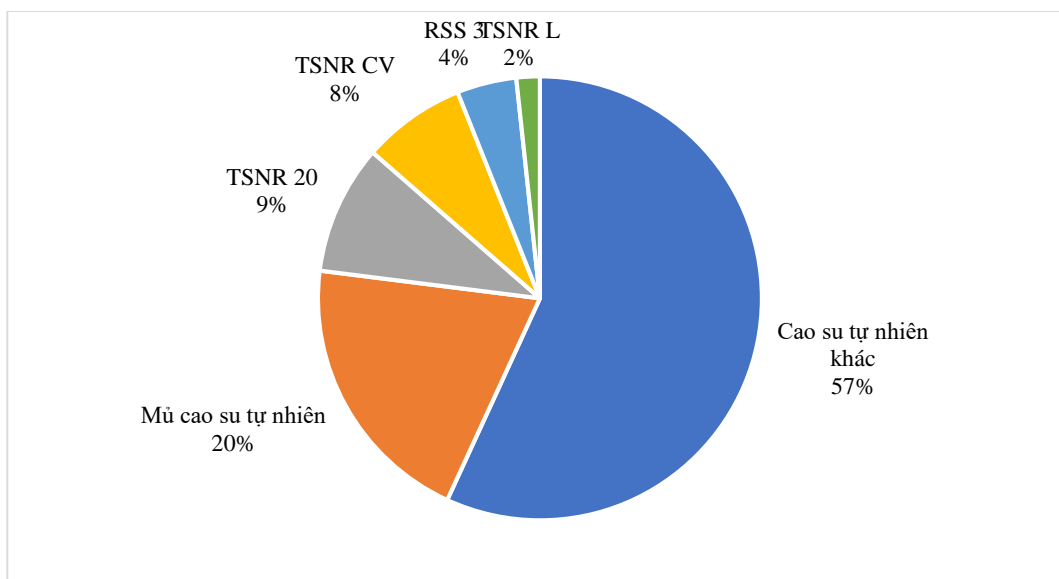
**Hình 10: Khối lượng và giá trị xuất khẩu cao su sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 04/2021, mủ cao su tự nhiên là chủng loại cao su tự nhiên (mã HS 4001) có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang các quốc gia ASEAN đạt 469,0 nghìn USD, chiếm 20,1% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là TSNR 20 với kim ngạch 219,7 nghìn USD, chiếm 9,4% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là TSNR CV và RSS 3, chiếm lần lượt 7,5% và 4,3% tổng giá trị xuất khẩu sang ASEAN.

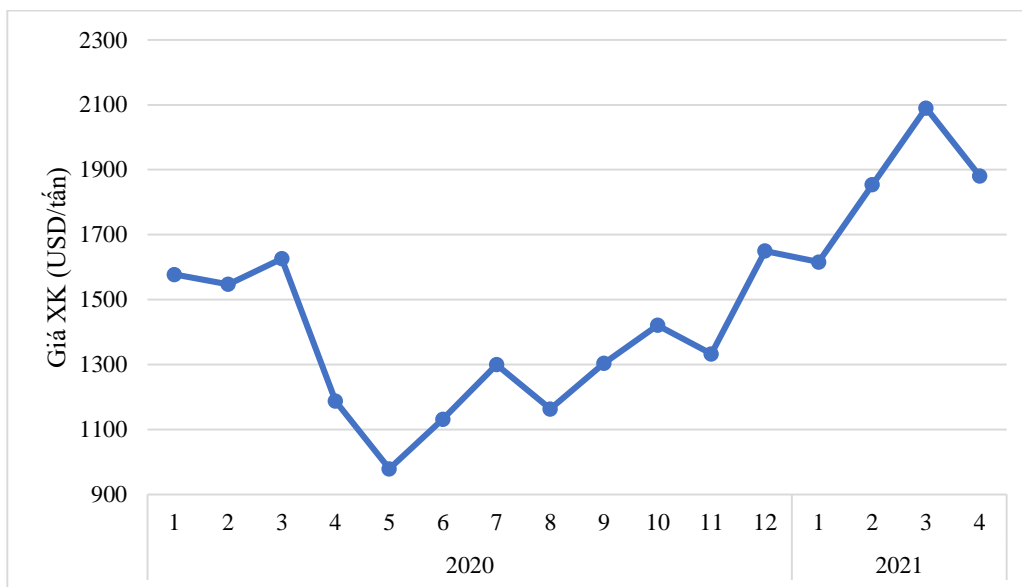
**Hình 11: Chứng loại cao su tự nhiên (mã HS 4001) xuất khẩu sang thị trường ASEAN theo kim ngạch tháng 04/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá cao su xuất khẩu trung bình sang các quốc gia ASEAN tiếp tục xu hướng tăng và đạt mức 1.881 USD/tấn trong tháng 04/2021, giảm 10,0% so với tháng trước và tăng 58,4% so với cùng kỳ 2020.

**Hình 12: Giá cao su xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



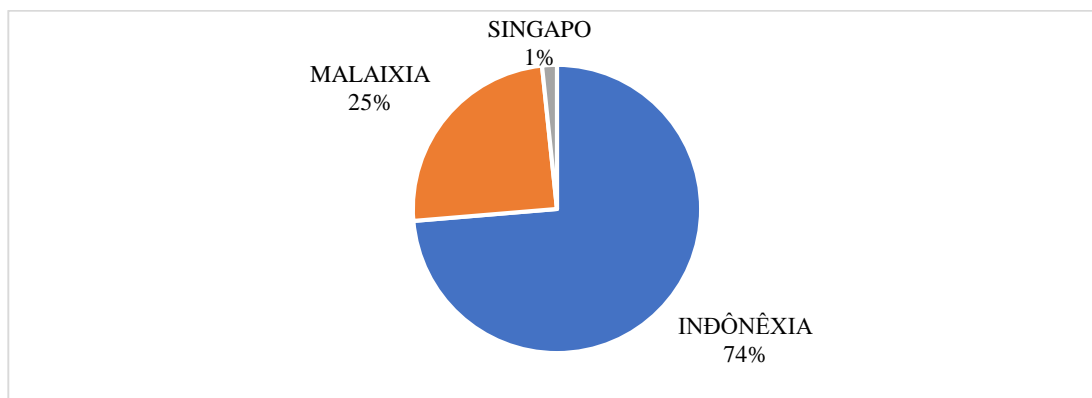
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong khối ASEAN, tháng 04/2021, Indonesia là quốc gia nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất của Việt Nam với 2,1 triệu USD, chiếm 73,7% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam sang các quốc gia ASEAN. Malaysia là quốc gia nhập khẩu lớn thứ



hai với 686,2 nghìn USD, chiếm 24,7%. Tiếp theo là Singapore chỉ chiếm 1,7% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam sang ASEAN.

**Hình 13: Xuất khẩu cao su sang một số thị trường chính trong thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 04/2021, top 3 công ty xuất khẩu cao su sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH MTV Cao su Xuất khẩu Thuận Phát, Công ty TNHH Vạn Lợi và Công ty TNHH Polymeric Products V&H. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt 9,9%, 6,5% và 6,5% tổng kim ngạch cao su xuất khẩu sang thị trường ASEAN trong tháng 04/2021.

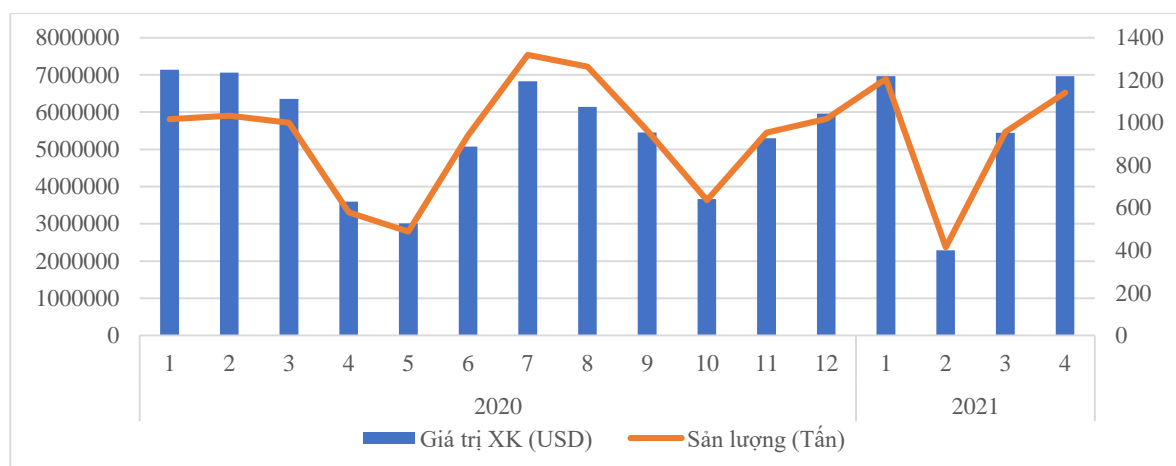
## 6. HẠT ĐIỀU

Theo số liệu thống kê từ Trung tâm Thương mại Quốc tế, xuất khẩu hạt điều của Thái Lan trong quý I/2021 đạt trên 1 nghìn tấn, trị giá 2,83 triệu USD, giảm 50% về lượng và giảm 38,7% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, xuất khẩu hạt điều của Thái Lan sang thị trường Việt Nam, Thụy Sĩ tăng mạnh, nhưng xuất khẩu sang Campuchia và Hoa Kỳ giảm. Giá xuất khẩu bình quân hạt điều của Thái Lan sang thị trường Hoa Kỳ đạt 9.202 USD/tấn; Thụy Sĩ đạt 12.965 USD/tấn.

Theo số liệu hải quan, tháng 4/2021, Việt Nam nhập khẩu gần 420.000 tấn hạt điều từ Campuchia với giá trị khoảng 700 triệu USD. Tính chung 4 tháng, mức nhập lên 836.712 tấn, tương ứng khoảng 1,4 tỉ USD (4 tháng đầu năm 2020 Việt Nam chỉ nhập từ Campuchia 161.000 tấn và 4 tháng đầu năm 2019 là 152.000 tấn). Theo Hiệp hội Điều Việt Nam (Vinacas), đây là một khối lượng nhập khẩu kỷ lục từ trước đến nay được ghi nhận từ Campuchia, bởi số lượng 4 tháng đã vượt nhập khẩu cả năm 2020 (216.330 tấn) và cả năm 2019 (175.000 tấn). Chính điều này đã làm cho thương mại hạt điều trong gần hai tháng vừa qua bị xáo trộn. Tuy nhiên, điều này tác động tích cực đến doanh nghiệp Việt Nam, được tiếp cận với nguồn nguyên liệu gần hơn, giảm chi phí vận chuyển.

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 4/2021, Việt Nam xuất khẩu được 1,14 nghìn tấn điều, trị giá 6,97 triệu USD sang thị trường ASEAN, tăng 97,2% về khối lượng và 93,6 về giá trị so với tháng 4/2020, và tăng 19,5% về khối lượng và 27,9% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020. Tính hết quý 4 tháng đầu năm, giá trị xuất khẩu điều sang thị trường này đạt 14,7 triệu USD, tương ứng với 2,58 triệu tấn, giảm 28,5% về giá trị và 15,6% về sản lượng so với cùng kỳ năm trước.

**Hình 14: Khối lượng và giá trị xuất khẩu điều sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Tháng 4/2021, sản phẩm điều xuất khẩu sang thị trường này chủ yếu là hạt điều tươi đã bóc vỏ chiếm tới 96,07% về giá trị, đạt 12,09 triệu USD, tăng 44,4% so với tháng trước và 109,3% so với cùng kỳ năm 2020. Giá trị xuất khẩu điều rang sang thị trường này chiếm 3,55% tổng giá trị hạt điều xuất khẩu sang thị trường này, đạt 0,45 triệu USD, giảm 9,1% so với tháng trước;

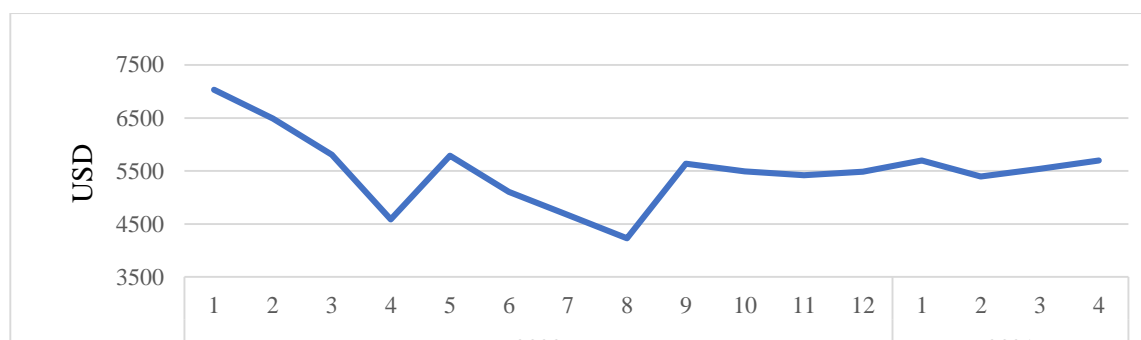
**Hình 15 : Cơ cấu xuất khẩu điều sang thị trường ASEAN tháng 3/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá xuất khẩu điều nhân trung bình sang thị trường ASEAN có xu hướng tăng trở lại sau 2 tháng giảm giá liên tiếp. Cụ thể, giá xuất khẩu trung bình trong tháng 4 đạt 5.695,55 USD/tấn, tăng 24,2% so với cùng kỳ năm trước, và 2,8% so với tháng 3/2021. Trong đó, giá hạt điều tươi đã bóc vỏ đạt 5,72 USD/kg tăng 4,5% so với tháng trước nhưng giảm 10,8% so với cùng kỳ năm trước. Hạt điều rang đạt 7,05 USD/kg, tăng 4,5% so với cùng kỳ năm trước và giảm 3,9% so với tháng trước

**Hình 16: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

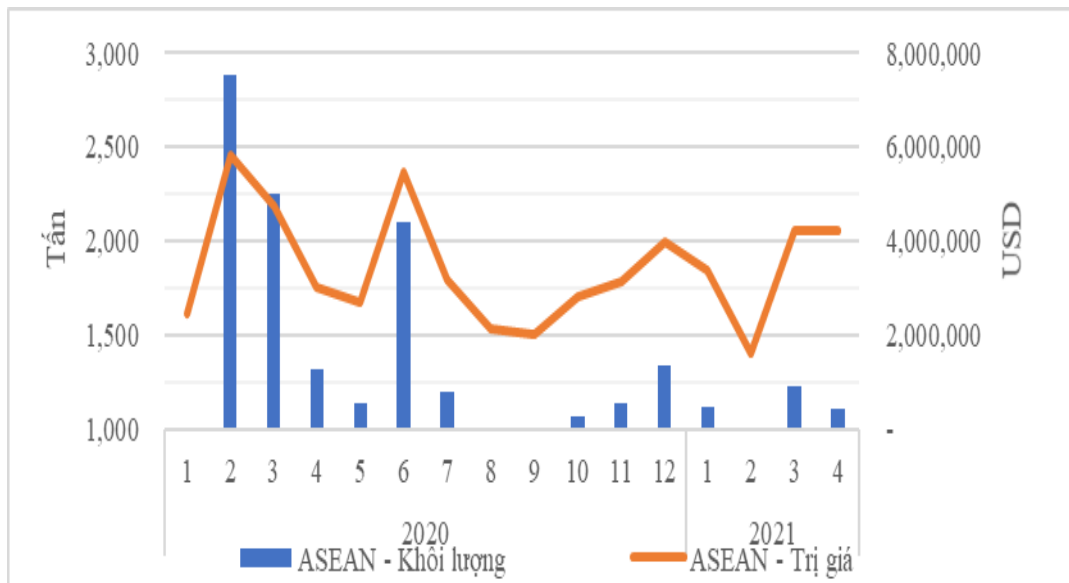
Tháng 4/2021, 3 công ty xuất khẩu điều lớn nhất sang thị trường này bao gồm: Công ty TNHH HERITAGE Việt Nam chiếm 11,39% tổng giá trị điều xuất khẩu sang thị trường này; Công ty TNHH một thành viên Tấn Đạt chiếm 5,34% và Công ty TNHH thương mại và dịch vụ hạt điều ấn Việt chiếm 3,5%.

## 7. HỒ TIÊU

Tuy có dân số đông và có lợi thế về khoảng cách địa lý song ASEAN không phải là thị trường xuất khẩu chính của hồ tiêu Việt Nam, tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam ra thế giới chỉ chiếm 6,72% trong quý 1/2021 và 8,71% trong năm 2020. Trong khối ASEAN (trừ Việt Nam), chỉ có 5/9 quốc gia nhập khẩu hồ tiêu từ Việt Nam là Myanmar, Malaysia, Thái Lan, Singapore và Philippine, trong đó, Philippine và Thái Lan là 2 quốc gia dẫn đầu trong khối.

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 4/2021, Việt Nam xuất khẩu được 1.111 tấn hồ tiêu với trị giá 4,25 triệu USD, giảm 50,69% về khối lượng và giảm 10,65% về giá trị so với tháng 3/2021. So với cùng kỳ năm 2020, xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường này giảm 15,83% về khối lượng và tăng 40,87% về giá trị.

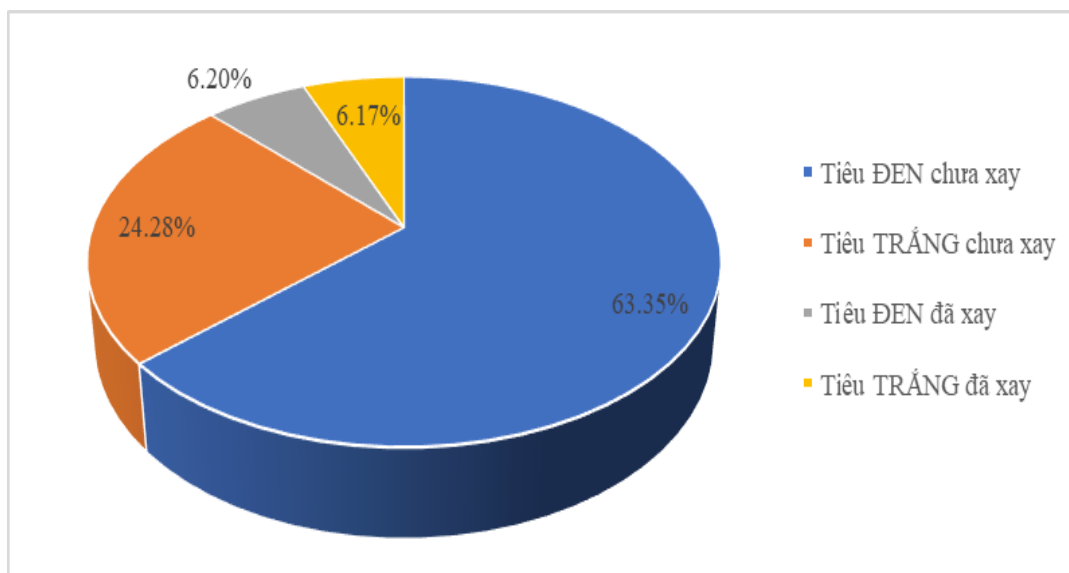
**Hình 17 : Khối lượng và giá trị xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 4/2021, tiêu đen chưa xay vẫn là loại sản phẩm chính của Việt Nam xuất khẩu sang thị trường này chiếm 63,35% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 14,96% so với tháng trước và tăng 1,83% so với cùng kỳ năm trước. Sản phẩm được xuất khẩu nhiều thứ hai là tiêu trắng chưa xay, chiếm 24,28% tổng giá trị xuất khẩu vào thị trường này, tăng 1,2% so với tháng trước và tăng 0,31% so với cùng kỳ năm trước.

**Hình 18: Cơ cấu xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường ASEAN tháng 4/2021**

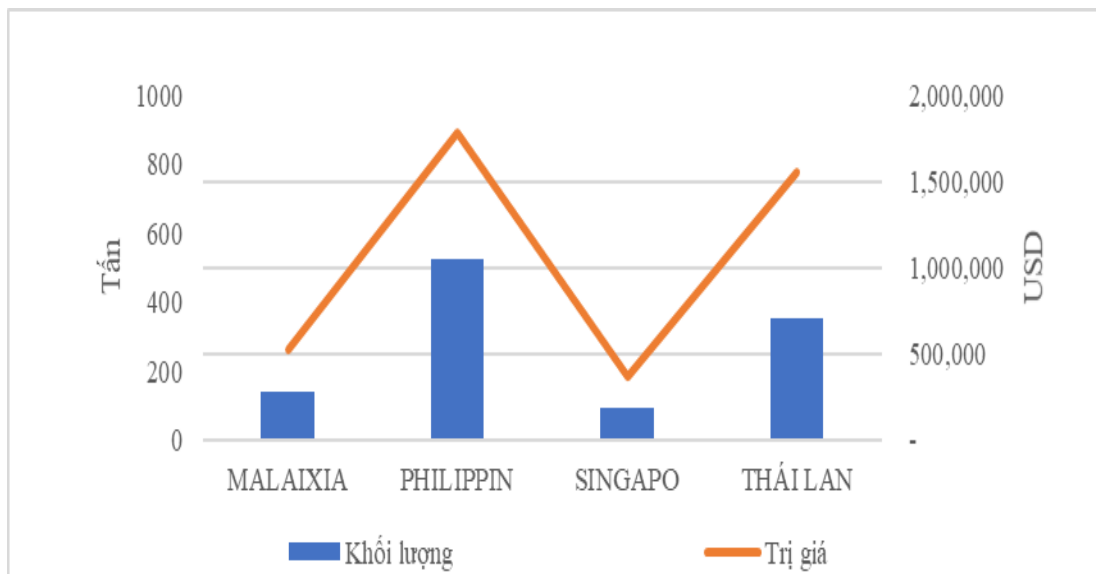


*Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan*

Quốc gia dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu từ Việt Nam trong khối ASEAN tháng 4/2021 là Philippin với khối lượng 526 tấn (chiếm 47,34% tổng khối lượng xuất khẩu tiêu của Việt Nam vào ASEAN), đạt trị giá xấp xỉ 1,79 triệu USD (chiếm 42,17% tổng kim ngạch xuất khẩu tiêu của Việt Nam vào khối thị trường này). Xếp sau là Thái

Lan với 352 tấn (31,68%), đạt trên xấp xỉ 1,56 triệu USD (36,74%) và Malaysia với 138 tấn (12,42%), đạt 526 nghìn USD (12,42%). Thấp nhất là Singapore với 95 tấn (8,55%) đạt 368 nghìn USD (8,68%).

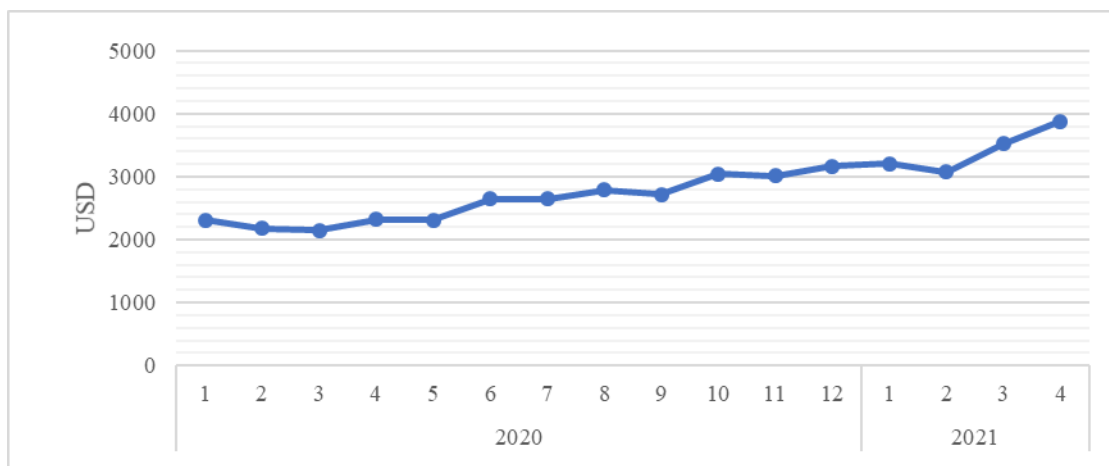
**Hình 19: Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu Việt Nam tới các nước trong khối ASEAN tháng 4/2021**



*Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan*

Khối lượng xuất khẩu giảm mạnh song giá trị tăng rất nhẹ trong tháng 4/2021 là do giá xuất khẩu trung bình của hồ tiêu Việt Nam vào thị trường này tăng khá nhiều, đạt mức 3.879 usd/tấn, cao nhất về giá xuất khẩu tới các thị trường, tăng 80,7% so với tháng trước và tăng 67,5% so với cùng kỳ năm trước.

**Hình 20: Giá xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục hải quan Việt Nam*

Trong tháng 4/2021, vẫn giữ vị trí số 1 trong Top 3 công ty xuất khẩu lớn nhất sang thị trường ASEAN là Công ty CP Sinh Lộc Phát, chiếm 20,23% tổng giá trị hồ tiêu xuất khẩu sang thị trường này, tăng 93,2% so với tháng 3/2021 và tăng 92,5% so với cùng kỳ năm trước. Xếp sau là Công ty TNHH Bi Chu và Công ty TNHH Harris Freeman Việt Nam, chiếm lần lượt là 11,72% và 10,91% tổng giá trị hồ tiêu xuất khẩu sang thị trường này, tăng lần lượt là 20,5% và 59,9% so với cùng kỳ năm trước.

## 8. THỊT VÀ SẢN PHẨM THỊT

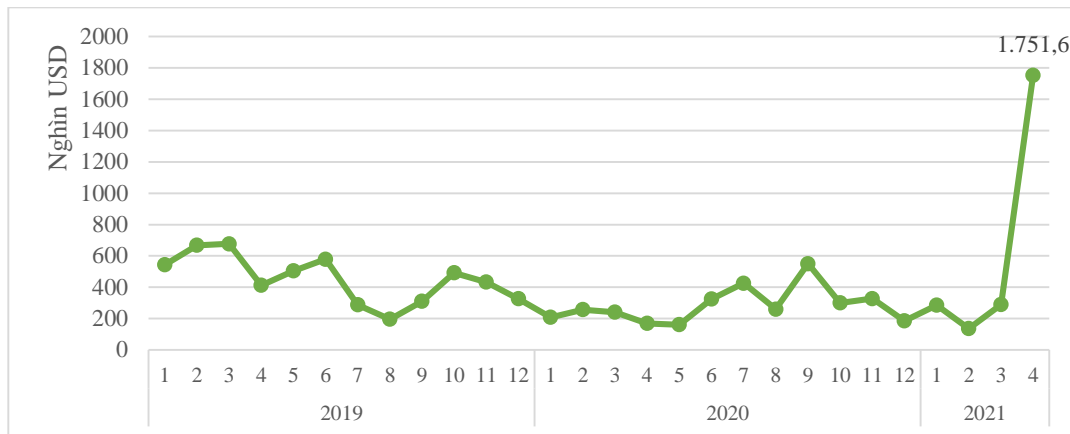
Cùng với xu hướng tiêu thụ thịt có nguồn gốc thực vật đang tăng cao trên thế giới, công ty CP Foods của Thái Lan, một trong những nhà sản xuất thịt gà hàng đầu Châu Á cũng đã tham gia vào thị trường thịt thay thế với tham vọng cao mục tiêu trở thành công ty dẫn đầu về sản phẩm này. Các sản phẩm chế biến sẵn và ăn liền của CP Foods đang được bán trên thị trường với thương hiệu Meat Zero, đã được nghiên cứu và phát triển trong vài năm qua. CP Foods hiện vận hành và đầu tư tại 14 quốc gia và xuất khẩu sang 40 thị trường trên thế giới, và đã công bố kế hoạch mở rộng cho 17 quốc gia vào cuối năm 2019.

Trong tháng 4/2021, các sản phẩm thịt của Việt Nam xuất khẩu sang các quốc gia ASEAN khác đạt 1,75 triệu USD, tăng hơn 5 lần so tháng 3/2021, đây là mức cao kỷ lục từ trước đến nay. Đóng góp chính cho tăng trưởng kỷ lục trong tháng là các đơn hàng xuất khẩu lợn cái hậu bị, lợn giống sang Campuchia. Tổng số lợn giống, lợn hậu bị xuất khẩu trong tháng 4 là hơn 2420 con, với giá trị xuất khẩu đạt hơn 1,17 triệu USD, chiếm 67% tổng giá trị xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam sang ASEAN trong tháng. Với đơn hàng xuất khẩu lợn giống, Campuchia trở thành thị trường xuất khẩu sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam trong tháng 4/2021, chiếm 72,69%. Thị trường xuất khẩu lớn thứ 2 trong tháng là Thái Lan, với giá trị xuất khẩu sản phẩm thịt đạt 327,65 nghìn USD, sản phẩm chủ yếu là chân gà. Tiếp theo là các thị trường Lào, Malaysia, với giá trị xuất khẩu lần lượt đạt 126 nghìn USD, 17 nghìn USD. Ngoài ra các thị trường khác như Indonesia và Philippines cũng có hoạt động xuất khẩu nhưng giá trị không cao.

Trong một thông báo mới cuối tháng 5, Việt Nam sẽ tạm ngừng nhập khẩu lợn sống để giết mổ làm thực phẩm từ Thái Lan vào Việt Nam do cơ quan kiểm dịch đã phát hiện lô lợn nhập khẩu từ Thái Lan bị nhiễm bệnh Dịch tả lợn châu Phi. Đối với những lô lợn sống đã được doanh nghiệp hai nước ký hợp đồng mua bán và sẽ vận chuyển về Việt Nam đến hết ngày 29/6/2021, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn vẫn tiếp tục cho phép nhập khẩu vào Việt Nam và sẽ chỉ đạo cơ quan thú y tổ chức kiểm soát chặt chẽ để bảo đảm an toàn dịch bệnh và vệ sinh an toàn thực phẩm



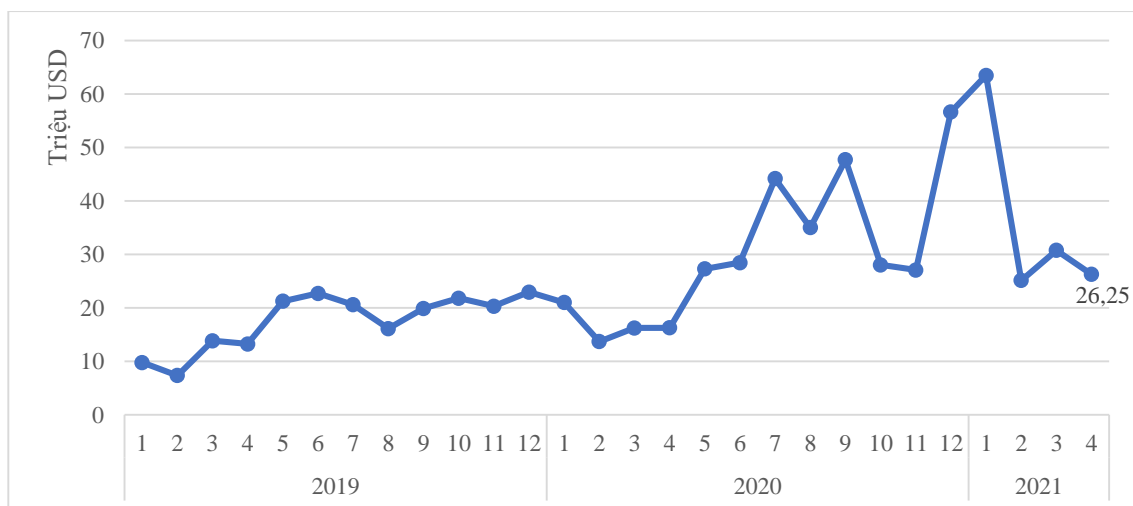
**Hình 21: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Về tình hình nhập khẩu, nhập khẩu sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam từ các nước ASEAN trong tháng 4/2021 đã giảm 14,6% so với tháng trước, chỉ đạt 26,25 triệu USD. Tổng giá trị nhập khẩu sản phẩm thịt của Việt Nam từ thị trường ASEAN 4 tháng đầu năm 2021 đạt 145,58 triệu, tăng 116,6% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 67,2 triệu USD). Nhập khẩu nhiều nhất trong tháng 4/2021 là trâu, bò sống và lợn sống từ Thái Lan, với giá trị đạt 19,5 triệu USD, chiếm 74,59% tổng giá trị nhập khẩu sản phẩm chăn nuôi từ khu vực ASEAN. Sản phẩm chăn nuôi đứng 2 là lợn thịt sống, đạt 6,07 triệu USD, nhập khẩu từ Thái Lan. Còn lại là gà sống từ Lào (315 nghìn USD) và Malaysia (185,7 nghìn USD), cùng các sản phẩm chế biến từ gà và chim bồ câu từ Malaysia.

**Hình 22: Giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm từ thịt của Việt Nam từ thị trường ASEAN**



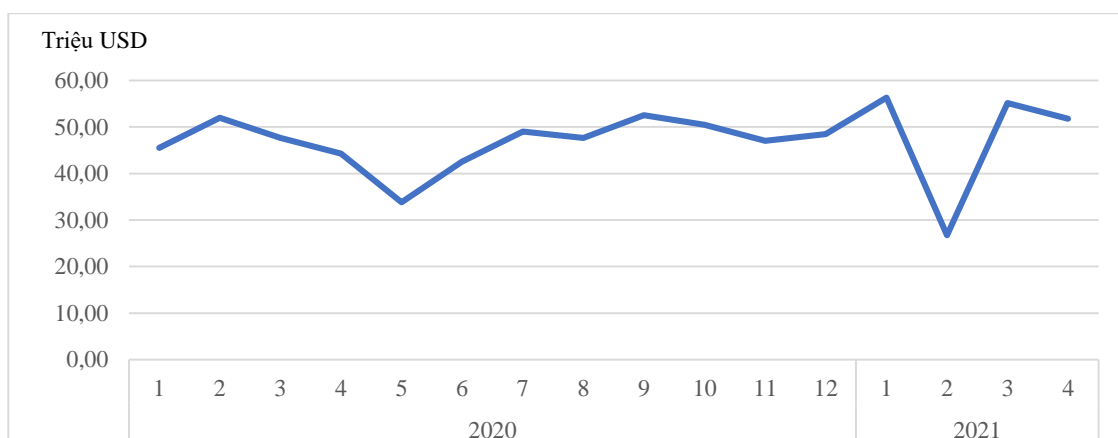
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

## 8. THỦY SẢN

Theo Tổng cục trưởng Tổng cục Hàng hải và Thủy sản Artati Widiarti, Indonesia đã đặt mục tiêu đạt 6,05 tỷ USD từ xuất khẩu thủy sản vào năm 2021, cao hơn 1 tỷ USD so với năm trước. Theo số liệu từ Cơ quan Thống kê Trung ương (BPS) Indonesia, tổng giá trị xuất khẩu hàng hóa thủy sản của nước này đạt 1,75 tỷ USD trong quý I/2021, tăng 4,15% so với cùng kỳ năm ngoái. Thặng dư cán cân thương mại trong giai đoạn này đạt 1,59 tỷ USD, tăng 3,26%, so với con số trong giai đoạn tương ứng của năm trước. Sự gia tăng giá trị xuất khẩu và thặng dư cán cân thương mại trong lĩnh vực hàng hải và thủy sản đã trở thành động lực để đạt được mục tiêu xuất khẩu thủy sản là 6,05 tỷ USD vào năm 2021.

Theo Tổng cục Hải quan, giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN 4 tháng đầu năm đạt 189,35 triệu, tăng 1,1% so với cùng kỳ năm 2020. Tính riêng tháng 4/2021, giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường này đạt 51,76 triệu USD, chiếm 6,9% tổng giá trị thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, tăng 17,0% so với cùng kỳ năm trước. Cá da trơn là mặt hàng thủy sản tiêu thụ chính tại thị trường này trong tháng 4/2021, chiếm 19,2% giá trị xuất khẩu; mực và bạch tuộc chiếm 10,7%.

**Hình 23: Giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN**



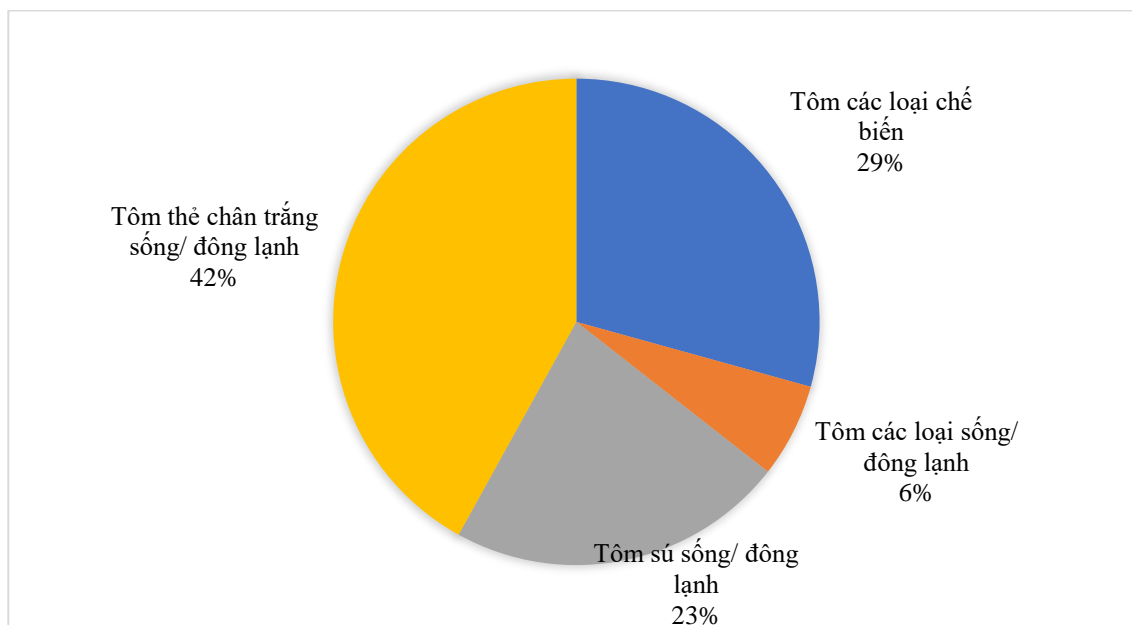
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Đối với hàng da trơn, giá trị xuất khẩu tháng 4/2021 đạt 9,93 triệu USD, giảm 31,9% so với cùng kỳ năm 2020 và giảm 24,4% so với tháng trước. Trong đó, giá trị xuất khẩu cá tra phi lê đạt 9,22 triệu USD, chiếm 92,8% tổng giá trị xuất khẩu, tăng giảm 30,1% so với cùng kỳ năm 2020; cá tra sống/đông lạnh trừ phi lê đạt 0,68 triệu USD, chiếm 6,8%, tăng 157,9%; cá da trơn khác sống/đông lạnh trừ phi lê đạt 0,03 triệu, chiếm 0,3% và giảm 97,2%

Mực và bạch tuộc là mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn thứ 2 vào thị trường này trong tháng 4/2021 đạt 5,56 triệu USD, chiếm 10,7% tổng giá trị thủy sản xuất khẩu vào thị trường này, tăng 28% so với cùng kỳ năm 2020 và giảm 35,2% so với tháng trước. Cụ thể, mực và bạch tuộc chế biến là loại sản phẩm chính xuất khẩu sang thị trường này

đạt 4,80 triệu USD, chiếm 86,3%, tăng 25,4% so với cùng kỳ năm trước; mực và bạch tuộc sống/đông lạnh đạt 0,76 triệu USD, chiếm 13,7%, tăng 47,2%.

**Hình 24: Cơ cấu xuất khẩu mực và bạch tuộc sang thị trường ASEAN tháng 4/2021**



*Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan*

Một số mặt hàng thủy sản khác xuất khẩu sang thị trường ASEAN trong tháng 4 như sau: Tôm đạt 3,3,67 triệu USD, giảm 9,5%; Cá ngừ đạt 4,47 triệu USD, tăng 29,9% so với cùng kỳ năm 2020; Cua-ghe đạt 0,41 triệu USD, tăng 28%; Các loại thủy sản khác đạt 27,39 triệu USD, tăng giảm 57%.

Giá xuất khẩu cá da trơn bình quân tháng 4 sang thị trường này đạt 1,66 USD/kg, tăng 3,7% so với cùng kỳ năm 2020; cá rô phi đạt 2,12 USD/kg, giảm 7,1%; tôm đạt 5,58 USD/kg, tăng 1,4%; Mực và bạch tuộc đạt 8,45USD/kg, tăng 45,2%; Cua, ghe đạt 5,12USD/kg, giảm 8%.

**Bảng 1: Giá xuất khẩu một số sản phẩm thủy sản sang thị trường ASEAN tháng 4/2021**

TT	Sản phẩm	Giá (USD/kg)	So năm trước (%)	So tháng trước (%)
1	Cá da trơn	1,66	3,7%	3,4%
2	Cá rô phi	2,12	-7,1%	34,9%
3	Cua, ghe	5,12	-8,0%	-3,2%
4	Mực và bạch tuộc	8,45	45,2%	4,4%
5	Tôm	5,58	1,4%	2,6%

*Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan*

Tháng 4 năm 2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH đồ hộp Việt Cường chiếm 5,4% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này; Công ty TNHH S.RUAM Việt Nam chiếm 4,5%; Công ty cổ phần chế biến và dịch vụ thủy sản Cà Mau chiếm 3,87%.

# NHẬN ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ

## 1. Gạo

Vào 15/5, chính phủ Philippines đã quyết định giảm thuế suất MFN từ 40-50% xuống 35% trong năm nay với mục tiêu đa dạng hóa nguồn cung, nâng cao phúc lợi tiêu dùng cho người dân trong bối cảnh dịch Covid-19 diễn biến phức tạp. Tuy nhiên, người nông dân cho rằng điều này sẽ ảnh hưởng tiêu cực đến sản xuất nội địa khi sản lượng năm nay được dự báo ở mức cao hơn so với năm ngoái. Quan ngại trước phản ứng tiêu cực của người dân, 5 ngày sau khi ban bố Sắc lệnh trên, chính phủ Philippines cho biết họ sẽ không nhập khẩu gạo trong thời gian người dân tiến hành thu hoạch. Chính phủ cho biết thêm dù sản lượng tăng cao, Philippines vẫn đối mặt với việc thiếu hụt khoảng 10% nhu cầu nội địa. Do đó, nhằm tránh tình trạng báo động về an ninh lương thực, việc giảm thuế là rất cần thiết. Ngoài ra, chính phủ cũng không muốn rơi vào tình trạng tương tự năm ngoái khi Việt Nam hoãn nhập khẩu gạo khiến hoạt động nhập khẩu trở nên cấp bách, đặc biệt trong bối cảnh đại dịch Covid-19 gây ra các hạn chế về logistics thương mại. Việc Philipin muốn mở rộng các đối tác nhập khẩu có thể sẽ ảnh hưởng đến hoạt động xuất khẩu gạo của Việt Nam vào thị trường quan trọng này trong khối ASEAN trong thời gian tới.

## 2. Cà phê

Tiêu thụ cà phê tại khu vực Đông Nam Á dự báo sẽ tăng nhờ sự gia tăng văn hóa cà phê và thu nhập tại khu vực. Theo dự báo của Knowledge Sourcing Intelligence, thị trường cà phê hòa tan sẽ tiếp tục tăng trưởng tốt, trong đó Philipin dự báo sẽ trở thành một trong những nước tiêu thụ cà phê hòa tan lớn nhất trên toàn cầu vào cuối năm 2021, tốc độ CAGR là 11,22% trong giai đoạn 2020-2025. Tại Singapore, thị trường cà phê hòa tan ước tính đạt quy mô thị trường 97,726 triệu USD vào cuối năm 2025. Văn hóa cà phê Singapore bao gồm các địa điểm hàng rong, nơi người dân địa phương tiêu thụ khoảng 4 đến 6 tách mỗi ngày, sử dụng một lượng lớn hạt cà phê Robusta có hàm lượng caffeine cao. Đây là thị trường xuất khẩu tiềm năng cho Việt Nam, tuy nhiên phải cạnh tranh với đối thủ mạnh trong khu vực là Indonesia.

Thị trường xuất khẩu của Việt Nam tại ASEAN vẫn có nhiều khó khăn khi toàn khối vẫn chứng kiến những diễn biến dịch bệnh đáng quan ngại, phức tạp và tiềm ẩn nguy cơ bùng phát các dịch đợt mới ở nhiều nước thành viên. Đặc biệt, diễn biến dịch bùng phát nghiêm trọng ở Philippines, thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam. Trong khi đó, xuất khẩu sang Myanmar vẫn tiếp tục trở ngại do những bất ổn chính trị.

### 3. Cao su

Nguồn cung cao su toàn cầu dự kiến sẽ bắt đầu cải thiện từ tuần cuối của tháng 5/2021. ANRPC dự báo, sản lượng cao su thiên nhiên toàn cầu trong tháng 6/2021 sẽ tăng 15,8% so với tháng 5/2021. Tuy nhiên, xu hướng tăng bị hạn chế bởi số ca nhiễm Covid-19 mới ở các quốc gia ASEAN như Thái Lan, Malaysia, Campuchia tăng mạnh.

### 4. Thủy sản

ASEAN là thị trường tiềm năng cho xuất khẩu thủy sản của Việt Nam do được hưởng các ưu đãi thuế quan và lợi thế hơn các nước khác trong vận chuyển. Một số mặt hàng thủy sản có nhu cầu cao tại thị trường này có thể kể đến như Tôm; cá tra... Đối với mặt hàng tôm, Singapore, Phillipines, Malaysia và Thái Lan lần lượt là những thị trường nhập khẩu lớn nhất của tôm Việt Nam trong khối ASEAN. Về quy cách sản phẩm tôm xuất khẩu sang ASEAN, Việt Nam chủ yếu XK tôm tươi/sống/đông lạnh (HS 03) sang thị trường này. Bên cạnh đó, các quốc gia như Thái Lan và Phillipines là những nước phát triển về chế biến tôm xuất khẩu, nên họ có nhu cầu nhập tôm nguyên liệu về để chế biến xuất khẩu. Doanh nghiệp cần chú ý hơn về những vấn đề này để có chiến lược phát triển thị trường phù hợp.



## PHỤ LỤC

**Bảng 1: Xuất khẩu NLTS của Việt Nam sang ASEAN tháng 4/2021**

STT	Sản phẩm	Tháng 4/ 2021 (USD)	Tăng /giảm so T3/2021	Tăng /giảm so T4/2020	Tỷ trọng
1	Cà phê	31.393.305	-17,08%	35,42%	7,92%
2	Cao su	2.782.039	-1,61%	74,08%	0,70%
3	Chè	849.784	-41,26%	-3,35%	0,21%
4	Gạo	192.983.820	57,51%	-4,13%	48,70%
5	Gỗ và sản phẩm gỗ	24.494.225	2,49%	120,61%	6,18%
6	Hàng rau quả	22.289.362	-17,61%	28,10%	5,62%
7	Hàng thủy sản	51.757.165	-6,12%	16,97%	13,06%
8	Hạt điều	6.967.745	27,88%	93,57%	1,76%
9	Hạt tiêu	4.241.725	0,09%	40,87%	1,07%
10	Phân bón các loại	28.521.402	46,00%	28,18%	7,20%
11	Sản phẩm từ cao su	5.980.414	5,26%	58,91%	1,51%
12	Sắt và các sản phẩm từ sắt	134.977	-73,32%	-92,72%	0,03%
13	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	22.125.164	-15,89%	14,72%	5,58%
14	Thịt và sản phẩm thịt	1.751.650	505,42%	936,03%	0,44%
<b>Tổng XK NLTS</b>		<b>396.272.776</b>	<b>19,09%</b>	<b>12,05%</b>	<b>100,00%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 1: Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng gạo sang ASEAN tháng 4/2021**

TT	Loại sản phẩm	Tháng 4/2020		Tháng 4/2021		So sánh 2021/2020 (%)	
		Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng	Giá trị
1	Gạo trắng	189.220	86.312.170	227.108	119.615.668	20,0%	38,6%
2	Gạo thơm	192.428	92.454.960	107.042	58.239.494	-44,4%	-37,0%
3	Các loại gạo khác	38.643	22.532.932	29.618	15.128.657	-23,4%	-32,9%

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 3: Giá trị xuất khẩu một số loại rau quả chính sang ASEAN tháng 4/2021**

TT	Sản phẩm	Tháng 4/2020	Tháng 4/2021	So sánh
		(USD)	(USD)	T4.2021/T4.2020
	<b>Tổng giá trị XK</b>	<b>17.400.068</b>	<b>22.289.362</b>	<b>28,1%</b>
1	Dừa	3.984.547	6.991.860	75,5%
2	Ớt	1.081.216	3.989.099	268,9%
3	Khoai lang	3.292.998	2.573.545	-21,8%
4	Thanh long	840.873	1.649.882	96,2%
5	Tỏi	684.271	682.025	-0,3%
6	Chanh	1.417.143	640.544	-54,8%
7	Khác	6.099.020	5.762.406	-5,5%

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 4: Giá trị xuất khẩu cà phê sang ASEAN tháng 4/2021**

Mặt hàng	T4/2020 (USD)	T4/2021 (USD)	So sánh T4.2020 /T4.2021
Chưa rang chưa khử cafein	9.701.639	14.696.100	51,48%
Đã rang chưa khử cafein	266.161	269.368	1,20%
Đã rang đã khử cafein	1.237	-	-100,00%
Chế phẩm thành phần cơ bản từ chiết xuất, tinh chất cà phê	398.181	762.560	91,51%
Tinh chất, chiết xuất cô đặc	12.900.011	15.663.316	21,42%
<b>Tổng</b>	<b>23.267.229</b>	<b>31.391.345</b>	<b>34,92</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 5: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm chăn nuôi sang thị trường các nước ASEAN**

TT	Sản phẩm	T4/2020 (USD)	T4/2021 (USD)	So sánh T4.2021/T4.2020
1	Lợn sống		1.177.661,9	
2	Gia cầm sống	23.625,0	101.259,9	329%
3	Động vật sống khác		7.680,0	
4	Thịt trâu, bò, đông lạnh.	108.400,0	51.391,1	-53%
5	Thịt lợn, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh.		24.337,2	
6	Phụ phẩm giết mổ		17.022,0	
7	Thịt và phụ phẩm giết mổ của gia cầm	30.240,0	351.110,4	1061%
8	Thịt chế biến (xúc xích, hun khói, muối, v.v.)	6.808,2	21.187,5	211%
	<b>Tổng</b>	<b>169.073,2</b>	<b>1.751.649,9</b>	<b>936%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 6: Xuất khẩu sản phẩm thủy sản sang thị trường ASEAN tháng 4/2021**

Loại sản phẩm	Tháng 4/2020 (USD)	Tháng 4/2021 (USD)	So sánh 2021/20 (%)
Cá da trơn	9.928.222,79	14.585.360,73	-31,9%
Cá ngừ	4.471.556,89	3.442.889,02	29,9%
Cá rô phi	328.434,30	23.568,00	1293,6%
Cua, ghe	411.053,57	307.298,26	33,8%
Mực và bạch tuộc	5.556.302,11	4.340.985,78	28,0%
Tôm	3.667.277,05	4.051.912,14	-9,5%
Thủy sản khác	27.394.318,11	17.494.856,40	56,6%
<b>Tổng</b>	<b>51.757.164,82</b>	<b>44.246.870,34</b>	<b>17,0%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*