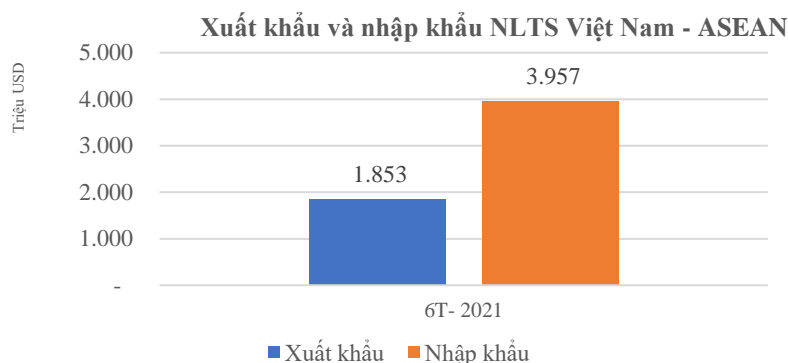


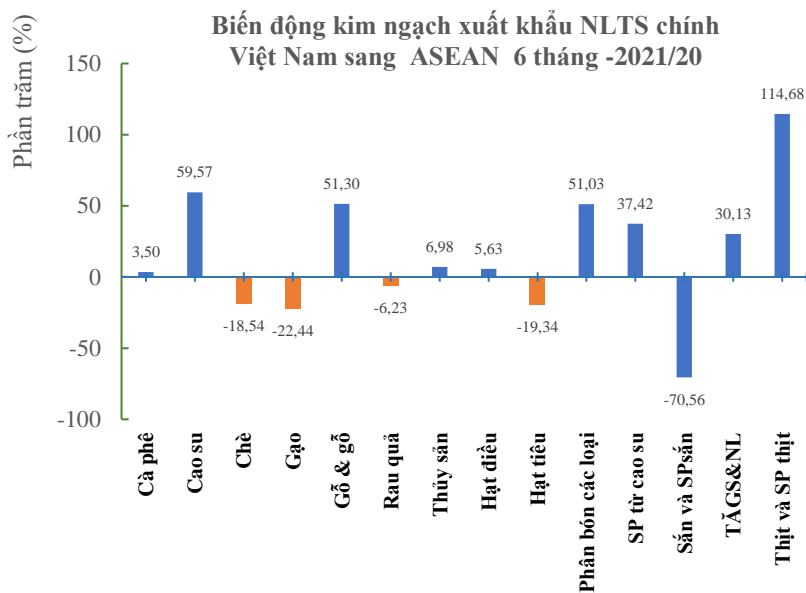
# BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

## Thị trường ASEAN



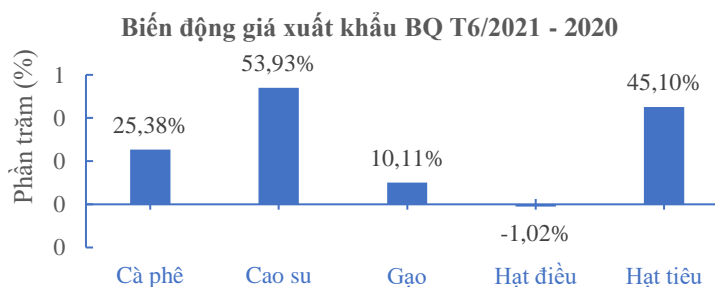
### So sánh xuất nhập khẩu NLTS Việt Nam – ASEAN (6T/ 2021 – 6T/ 2020)

- Xuất khẩu ▲ 3,58%
- Nhập khẩu ▼ 137,38%



### So sánh 6T-2021/ 2020

- Cà phê ▲ 3,50%
- Cao su ▲ 59,57%
- Chè ▼ 18,54%
- Gạo ▼ 22,44%
- Gỗ và SP Gỗ ▲ 51,30%
- Rau quả ▼ 6,23%
- Thủy sản ▲ 6,98%
- Hạt điều ▲ 5,63%
- Hạt tiêu ▼ 19,34%
- Phân bón ▲ 51,03%
- SP từ cao su ▲ 37,42%
- Sản & SP sản ▼ 70,56%
- TĂGS và NL ▲ 30,13%
- Thịt và SP thịt ▲ 114,68%



### So sánh giá xuất khẩu BQ T6/ 2021/2020

- Cà phê ▲ 25,38%
- Cao su ▲ 53,93%
- Gạo ▲ 10,11%
- Hạt điều ▼ 1,02%
- Hạt tiêu ▲ 45,10%

## 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. Sáu tháng đầu năm 2021 Xuất khẩu NLTS của Việt Nam sang các nước ASEAN đạt 1.853 triệu USD giảm 3,58% so với cùng kỳ năm 2020, trong khi nhập khẩu đạt 3.957 triệu USD, tăng 137% so với cùng kỳ năm 2020. Tính riêng tháng 6/2021, kim ngạch xuất khẩu NLTS đạt 304 triệu USD, giảm 13% so với tháng trước và tăng 22% so với cùng kỳ năm 2020.

Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN trong tháng 6/2021 là gạo (chiếm 33%), thủy sản (chiếm 15%), cà phê (chiếm 11%), phân bón các loại (chiếm 11%), thức ăn gia súc và nguyên liệu (chiếm 10%). So với tháng 5/2021, xuất khẩu một số mặt hàng NLTS tăng cao, đặc biệt là thịt và sản phẩm thịt tăng 72%, cao su tăng 49%, phân bón các loại tăng 26%, thức ăn gia súc tăng 22% trong khi đó một số mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm là gạo giảm 32%, hạt điều giảm 29%, sản phẩm từ cao su giảm 26%. So với cùng kỳ, 10/14 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu tăng tăng, đặc biệt thịt và các sản phẩm từ thịt tăng cao nhất với 142%, phân bón các loại tăng 94%, cao su tăng 82%, thức ăn gia súc tăng 72% trong khi chỉ có 4/14 mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu giảm là chè giảm 23%, rau quả giảm 13%, hạt tiêu giảm 11%, cà phê giảm 9% (Chi tiết tại phụ lục đính kèm).

Các quốc gia ASEAN đang phải đối mặt với lây lan dịch bệnh do Covid-19 đặc biệt là chủng mới Delta khi Thái Lan, Indonesia, Malaysia ... liên tục ghi nhận các ca nhiễm kỷ lục. Theo thống kê về tổng số ca nhiễm của các nước trên trang Worldometers lúc 9h30 sáng 2-8, Indonesia có 3,44 triệu, Philippines có 1,59 triệu, Malaysia có 1,13 triệu, Thái Lan có 633.284, Myanmar có 302.665, Việt Nam có 157.507, Campuchia có 77.914, Singapore có 65.102, Lào có 6.566, và Brunei có 337 ca. Số ca mắc mới Covid tại ASEAN ngày một gia tăng đang tác động tiêu cực đến chuỗi cung ứng, kéo theo nguy cơ gián đoạn sản xuất, xuất khẩu trong khu vực.

Ngày 13/7, Nội các Thái Lan thông qua gói hỗ trợ tài chính trị giá 42 tỷ Bạt cho người dân, doanh nghiệp bị ảnh hưởng bởi đợt phong tỏa ở Băng Cốc và 9 tỉnh khác. Trong gói 42 tỷ bạt được sử dụng, 30 tỷ bạt được cấp từ Nghị định cho vay của Chính phủ cho các mục đích cứu trợ Covid-19 và 12 tỷ bạt sẽ được trích từ ngân sách nhà nước. Ngân hàng Thế giới (WB) gần đây dự báo nền kinh tế Thái Lan sẽ tăng trưởng 2,2% cả năm 2021, giảm so với mức dự báo 3,4% được đưa ra trước đó do ảnh hưởng nặng nề của đợt bùng phát dịch Covid-19 lần thứ 3 và tăng trưởng du lịch yếu.

Vào ngày 27 tháng 7 năm 2021, Dịch vụ Kiểm tra Thịt Quốc gia của Bộ Nông nghiệp Philippines ban hành văn bản số 07-2021-018, nhắc lại các yêu cầu tối thiểu về ghi nhãn đối với thịt nhập khẩu. Theo đó, thịt và gia cầm nhập khẩu được dán nhãn không phù hợp với các yêu cầu sẽ bị tịch thu và hủy bỏ. Các nhà xuất khẩu được khuyến nghị hợp tác chặt chẽ với nhà nhập khẩu trong nước để đảm bảo theo quy định.

Bộ Nông nghiệp và Lâm nghiệp Lào gần đây thông báo nước này đang bắt đầu đẩy nhanh việc thực hiện các kế hoạch tập trung vào thúc đẩy sản xuất nông nghiệp và dịch vụ để thay thế nhập khẩu bằng cách sử dụng công nghệ mới và các phương pháp hiện đại để nâng cao chất lượng sản lượng đáp ứng nhu cầu thị trường, giảm bớt thủ tục trong sản xuất hàng hóa nông nghiệp. Năm 2021, Lào dự kiến tăng sản lượng lúa hàng năm lên hơn 4,4 triệu tấn, cà phê lên 160.000 tấn, ngô ngọt lên một triệu tấn, sắn lên 2,28 triệu tấn, sản lượng thịt lên 199.210 tấn, trứng lên 43.770 tấn và cá lên tới 215.000 tấn. Thị trường xuất khẩu chính của Lào là Trung Quốc, Thái Lan, Việt Nam và EU. Chính phủ đã dự đoán rằng ngành nông nghiệp sẽ có tốc độ tăng trưởng hàng năm 3,4% vào năm 2025 miễn là không có thêm các hiện tượng thời tiết cực đoan. Chính phủ Lào sẽ tổ chức đàm phán với Trung Quốc để tìm kiếm mở cửa thị trường xuất khẩu hơn 90 sản phẩm nông nghiệp vào năm 2025. Đến nay, đã đàm phán thành công xuất khẩu gạo, ngô, sắn, chuối, dưa hấu và khoai lang. Chính phủ Lào đang phối hợp với Tổng cục Hải quan Trung Quốc hoàn thiện các điều kiện và quy cách xuất khẩu lá thuốc lá khô, chanh dây và cam. Hai bên cũng đang chuẩn bị hồ sơ về việc mở cửa thị trường cho sầu riêng, nhãn, thanh long và mít. Các mặt hàng ưu tiên xuất khẩu khác bao gồm đậu phộng, hạt điều, ớt, xoài, đậu, đậu nành, chuối, chè, cà phê, đường, gia súc và thịt bò.

Theo Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Thủy sản Campuchia, nước này đã xuất khẩu 4.454.505,33 tấn nông sản trong nửa đầu năm nay, tăng 84,64% so với cùng kỳ năm ngoái. Thị trường xuất khẩu là 62 quốc gia và vùng lãnh thổ, trị giá hơn 2,571 tỷ USD. Các mặt hàng nông sản xuất khẩu chính của Campuchia là gạo xay, sắn, xoài, chuối tươi, hạt tiêu, hạt điều, ngô, đậu nành, đậu xanh, dầu cọ, thuốc lá, ớt và rau các loại. Xuất khẩu nông sản vẫn đang trên đà tăng trưởng vững chắc, Campuchia đang nỗ lực thúc đẩy các tiêu chuẩn Thực hành nông nghiệp tốt của Campuchia (CamGAP) và việc sử dụng mã QR để xác định sản phẩm của người trồng được chứng nhận. Sự tăng trưởng liên tục trong xuất khẩu nông sản của Campuchia được cho là được thúc đẩy bởi các thỏa thuận với các nước - như Trung Quốc và Hàn Quốc - về nhập khẩu các sản phẩm này.

Ngân hàng Phát triển Châu Á (ADB) và New Hope Singapore Private Ltd<sup>1</sup> (NHS) đã ký một thỏa thuận cho vay trị giá 20 triệu USD sẽ mở rộng hỗ trợ tài chính cho nông dân ở Nam và Đông Nam Á. Ngân hàng sẽ cung cấp thêm vốn lưu động và tài trợ

<sup>1</sup> NHS là công ty con của Singapore thuộc công ty kinh doanh nông sản Trung Quốc New Hope Liuhe Co., Ltd

chi phí hoạt động của các dự án NHS ở Philippines, Bangladesh, Campuchia, Indonesia, Lào, Nepal, Sri Lanka và Việt Nam để mua nguyên liệu thô làm thức ăn chăn nuôi, mở rộng thời hạn thanh toán và cung cấp các khoản ứng trước lớn hơn cho những người hưởng lợi của công ty, các nhà phân phối thức ăn và nông dân chăn nuôi, và mua thiết bị bảo hộ cá nhân cho người lao động. NHS đặt mục tiêu cung cấp thức ăn chăn nuôi và cung cấp dịch vụ kỹ thuật cho 200.000 hộ chăn nuôi gia cầm, nuôi trồng thủy sản và các hộ chăn nuôi khác trong khu vực. Ngân hàng cũng sẽ mở rộng hỗ trợ kỹ thuật cho NHS để giúp ngân hàng này đào tạo 7.200 nữ nông dân ở Philippines và Bangladesh về các thực hành tốt nhất trong canh tác thông minh với khí hậu và tiếp cận tín dụng.

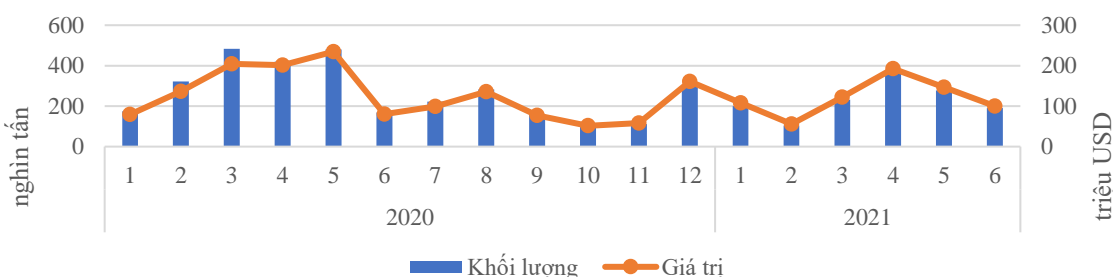
# CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC

## 1. LÚA GẠO

Theo dự báo cập nhật tháng 7/2021 của USDA, sản lượng gạo của ASEAN trong năm 2020/21 vẫn được dự báo là sẽ đạt khoảng 115,2 triệu tấn, tăng 2,3 triệu tấn so với năm 2019/20. Về nhập khẩu, lượng gạo nhập khẩu của ASEAN năm 2020/21 ước đạt 5,0 triệu tấn, giảm 75 nghìn tấn so với năm 2019/20.

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 6/2021, Việt Nam xuất khẩu được 190,4 nghìn tấn gạo, trị giá 100,1 triệu USD sang thị trường ASEAN, giảm 31,5% về khối lượng và 31,8% về giá trị so với tháng trước, nhưng tăng 13,1% về khối lượng và 24,5% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020. Tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong 6 tháng đầu năm 2021 đạt 1368,7 nghìn tấn, trị giá 726,7 triệu USD, giảm 33,2% về khối lượng và 22,4% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

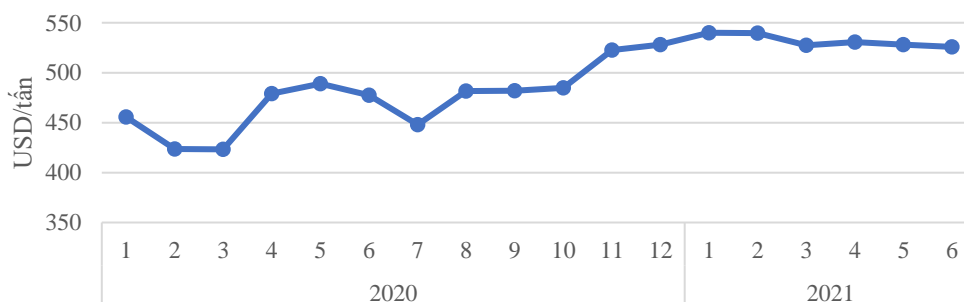
**Hình 1: Khối lượng và giá trị xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá xuất khẩu gạo trung bình sang thị trường ASEAN tháng 6/2021 đạt 525,8 USD/tấn, giảm 0,4% so với tháng trước nhưng tăng 10,1% so với cùng kỳ năm 2020.

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

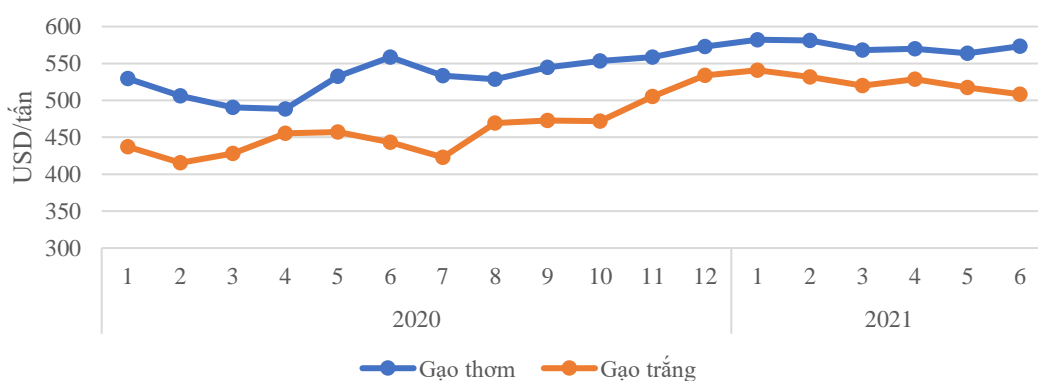


*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 6/2021, gạo trắng là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN chiếm 54,5% về khối lượng và 53,4% về giá trị; so với cùng kỳ năm ngoái, xuất khẩu gạo trắng sang ASEAN đã giảm 3,2% về khối lượng nhưng tăng 12,4% về giá trị. Đứng thứ hai là gạo thơm chiếm 37,6% về khối lượng và 38,9% về giá trị; so với cùng kỳ năm ngoái, xuất khẩu gạo thơm sang ASEAN đã tăng 96,7% về khối lượng và 114,4% về giá trị.

Giá gạo trắng tháng 6/2021 đạt trung bình 508,2 USD/tấn, giảm 1,8% so với tháng trước nhưng tăng 14,6% so với cùng kỳ năm ngoái. Giá gạo thơm đạt 573,3 USD/tấn, tăng 1,7% so với tháng trước và 2,6% 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 6/2021, top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thành Tín, Công ty CP Tập đoàn Intimex và Tổng Công ty Lương thực miền Nam. Ba công ty này lần lượt chiếm 13,1%, 12,0%, và 6,8% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN trong tháng 6/2021. So với cùng kỳ năm 2020, kim ngạch xuất khẩu của các công ty này thay đổi như sau: Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thành Tín tăng 387,5%, Công ty CP Tập đoàn Intimex tăng 51,5% và Tổng Công ty Lương thực miền Nam tăng 222,0%.

## 2. RAU QUẢ

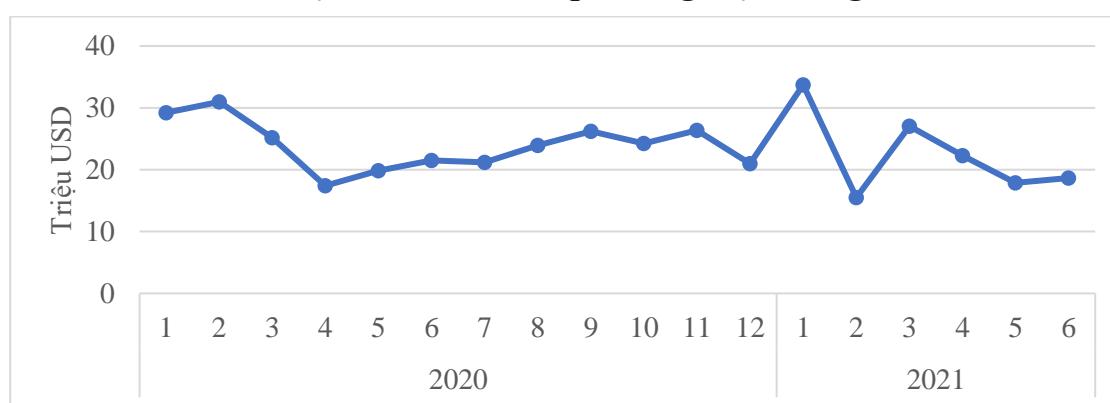
Theo truyền thông Thái Lan, tuyến đường sắt cao tốc Trung Quốc - Lào sẽ được đưa vào hoạt động vào tháng 12 năm nay. Khi đó sẽ giúp ích rất nhiều cho việc vận chuyển chuỗi, dưa hấu của Lào và đặc biệt là trái cây, rau, tôm, và các sản phẩm dễ hỏng khác của Thái Lan sang Trung Quốc được thuận lợi. Sau khi tuyến đường sắt cao tốc được vận hành, hiệu suất vận chuyển hàng hóa được nâng cao. Giá cước vận chuyển vẫn chưa được đánh giá chi tiết.

Giá sầu riêng Thái Lan xuất khẩu sang Trung Quốc giảm trong thời gian gần đây. Vào đầu mùa vụ (tháng 4) giá sầu riêng Thái Lan tại Trung Quốc vào khoảng 30 CNY (4,62 USD)/0,5 kg. Giá trong tháng 7 chỉ khoảng 18-20 CNY (2,77-3,08 USD)/0,5 kg, giảm 30% - 40% so với đầu mùa vụ và thấp hơn nhiều so với thời điểm này năm ngoái. Nguyên nhân là: (i) Sản lượng sầu riêng năm nay tăng 30% so với cùng kỳ và (ii) 40% sầu riêng Thái Lan được tiêu thụ tại địa phương, chủ yếu là khách du lịch đến thăm các đền đài, nhưng năm nay do dịch Covid-19 hạn chế lượng khách du lịch.

Campuchia đã xuất khẩu được hơn 12.700 tấn xoài trong 6 tháng đầu năm 2021, gần gấp đôi so với cùng kỳ năm 2020. Trong đó, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn nhất với 82% thị phần, tiếp đến là Thái Lan, Philippines và Nhật Bản.

Giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường ASEAN tháng 6 năm 2021 đạt 18,7 triệu USD, chiếm 5,8% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 4,4% so với tháng trước và giảm 13,2% so với cùng kỳ năm 2020. Tính chung 6 tháng đầu năm 2021, giá trị xuất khẩu đạt 135,1 triệu USD, chiếm 6,7% thị phần và giảm 6,2% so với cùng kỳ năm 2020.

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

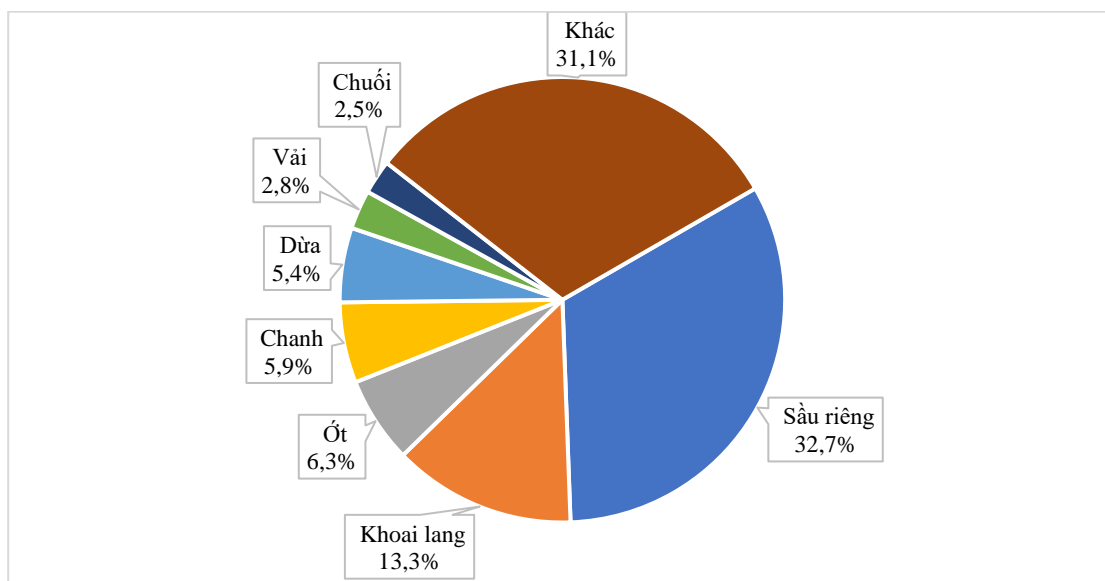


*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang ASEAN tháng 6 năm 2021, mặt hàng rau quả tươi, khô, đông lạnh, sơ chế đạt 15,2 triệu USD (chiếm 81,6% thị phần, giảm 23,1% so với cùng kỳ năm 2020) và mặt hàng rau quả chế biến đạt 1,7 triệu USD (chiếm 18,4% thị phần), tăng 104,1%, trong đó: (i) trái cây đông lạnh, sấy khô, dẻo (mã HS 2008) đạt 1,5 triệu USD (tăng 89,3% so với cùng kỳ năm trước); (ii) Rau chế biến (không đông lạnh - Mã HS.2005) đạt 934,4 nghìn USD (tăng 220,3%); (iii) Nước ép, nước cốt trái cây (Mã HS: 2009) đạt 629,3 nghìn USD (tăng 193,8%); ...

Trong tháng 6 năm 2021, các mặt hàng rau quả có giá trị xuất khẩu sang ASEAN nhiều nhất bao gồm: sầu riêng đạt 6,1 triệu USD (chiếm 32,7% tổng giá trị xuất khẩu), tăng 76,7% so với cùng kỳ năm 2020; khoai lang đạt 2,5 triệu USD (chiếm 13,3%), giảm 21,3%; ớt đạt 1,2 triệu USD (chiếm 6,3%), giảm 36,3%; chanh đạt 1,1 triệu USD (chiếm 5,9%), tăng 248,2%; dứa đạt 1 triệu USD (chiếm 5,4%), giảm 81,1%; ...

**Hình 5: Cơ cấu một số loại rau quả chính xuất khẩu sang ASEAN trong tháng 6/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá trị nhập khẩu rau quả của Việt Nam từ thị trường ASEAN tháng 6 năm 2021 đạt gần 19 triệu USD, chiếm 16,1% tổng giá trị nhập khẩu, tăng 1,4% so với cùng kỳ năm 2020. Tính chung 6 tháng đầu năm 2021, giá trị nhập khẩu đạt 128,3 triệu USD, tăng 16,5% so với cùng kỳ năm 2020. Trong tháng 6/2021, sản phẩm rau quả Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường này là đậu xanh đạt 11,3 triệu USD (chiếm 59,8%), tăng 32,4% so với cùng kỳ năm 2020; dừa đạt 1,4 triệu USD (chiếm 7,3%), giảm 42,0%; chuối đạt 391,7 nghìn USD (chiếm 2,1%), giảm 64,0%; ...

Trong tháng 6/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH Xuất khẩu Vạn Phát Đạt, Công ty TNHH Việt Á Agrifood và Công ty TNHH Thương mại Bách Hưng Đường với thị phần xuất khẩu lần lượt là: 7,8%; 7,2% và 7,2%. So với cùng kỳ năm ngoái, kim ngạch xuất khẩu của Công ty TNHH Xuất khẩu Vạn Phát Đạt cao gấp 36 lần, Công ty TNHH Việt Á Agrifood tăng 1,1% và Công ty TNHH Thương mại Bách Hưng Đường tăng 43,1%.

### 3. CÀ PHÊ

Ngành cà phê ở Lào có tiềm năng lớn về giá trị, là mặt hàng nông sản xuất khẩu lớn thứ ba của Lào. Hiện nay, cà phê Lào đang được xuất khẩu sang hơn 26 quốc gia ở châu Á, châu Âu và Bắc Mỹ. Nước này có thể sẽ xuất khẩu nhiều cà phê hơn sang các nước thuộc Liên minh Châu Âu (EU) trong thời gian tới, sau khi thông qua một lộ trình xuất khẩu mới nhằm tăng năng suất và tính bền vững trong sản xuất và chế biến, đồng



thời nâng cao năng lực của các nhà xuất khẩu Lào. Trung tâm Thương mại Quốc tế đã cung cấp hỗ trợ kỹ thuật trong khuôn khổ Hỗ trợ Hội nhập Khu vực ASEAN của Liên minh Châu Âu (ARISE Plus), một sáng kiến do EU tài trợ, tập trung vào thúc đẩy tăng trưởng kinh tế bao trùm, chống chịu với biến đổi khí hậu, giảm thiểu tình trạng dễ bị tổn thương và tạo việc làm ở Lào.

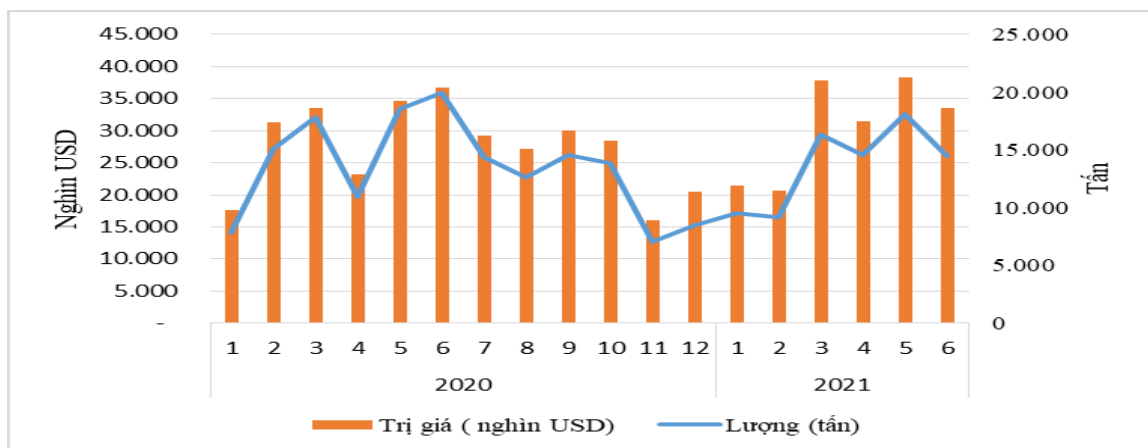
Starbucks Corporation và Nestlé đã công bố một sự hợp tác mới để đưa đồ uống cà phê Starbucks Ready-to-Drink (RTD) đến các thị trường chọn lọc trên khắp Đông Nam Á, Châu Đại Dương và Châu Mỹ Latinh vào năm 2022. Nestlé và Starbucks ban đầu sẽ tập trung vào các sản phẩm RTD phổ biến nhất, chẳng hạn như Starbucks® Frappuccino® và Starbucks Doubleshot®, đồng thời sẽ tiếp tục phát triển một hệ thống đổi mới mạnh mẽ. Các sản phẩm sẽ được triển khai trên nhiều kênh khác nhau, bao gồm cả các nền tảng trực tuyến. Các sản phẩm cà phê Starbucks RTD được làm bằng 100% hạt arabica hảo hạng có nguồn gốc từ những vùng trồng cà phê hàng đầu thế giới.

Xuất khẩu cà phê của Indonesia trong tháng 7 giảm 220.419 bao tương đương 66,41% so với cùng kỳ năm ngoái đạt tổng số là 111.489 bao 60 kg. Xuất khẩu cà phê lũy kế 10 tháng đầu niên vụ (từ tháng 10 năm 2020 đến tháng 9 năm 2021) đạt thấp hơn 927.325 bao hay 34,59% so với cùng kỳ năm trước với tổng số 1.753.571 bao. Khó khăn về hậu cần và vận chuyển trên toàn cầu tiếp tục làm gián đoạn sự di chuyển của hàng hóa và xuất khẩu.

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường ASEAN chiếm khoảng 10% tổng lượng cà phê xuất khẩu. Xuất khẩu tháng 6/2021 đạt 14.511 tấn, trị giá 33,5 triệu USD, giảm 20,01% về lượng và giảm 12,5% về giá trị so với tháng trước. So với cùng kỳ tháng 6/2020, xuất khẩu cà phê giảm 27,29% về khối lượng và giảm tăng 12,5% về giá trị.

Lũy kế xuất khẩu cà phê 6 tháng đầu năm 2021 đạt 82.284 tấn, trị giá 183,18 triệu USD, giảm 8,67% về lượng và giảm 53,51% về giá trị so với cùng kỳ.

**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 6/2021 đạt 2.309 USD/tấn, tăng 9,38 % so với tháng trước và tăng 25,38% so với cùng kỳ năm 2020.

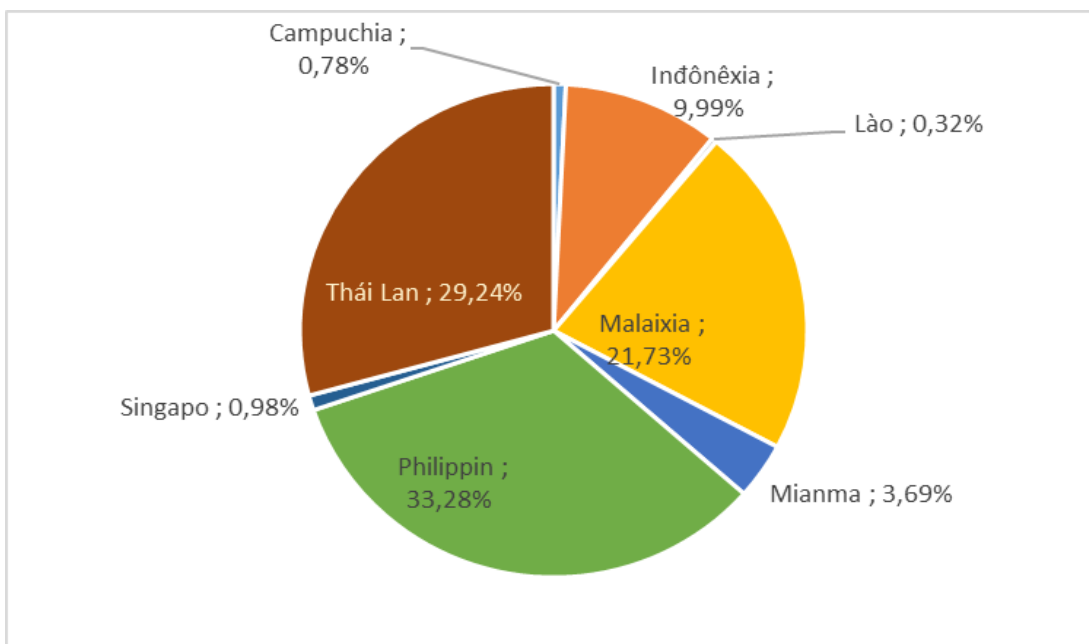
**Hình 7: Giá cà phê xuất khẩu bình quân sang thị trường ASEAN**



*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 6/2021, gồm Philipin chiếm tỷ trọng 33,28%, Thái Lan chiếm 29,24%, Malaysia chiếm 21,31%, Indonesia chiếm 9,9%, Miama chiếm 3,69%. Các thị trường khác chiếm dưới 1%.

**Hình 8: Cơ cấu xuất khẩu cà phê sang các quốc gia thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải Quan*

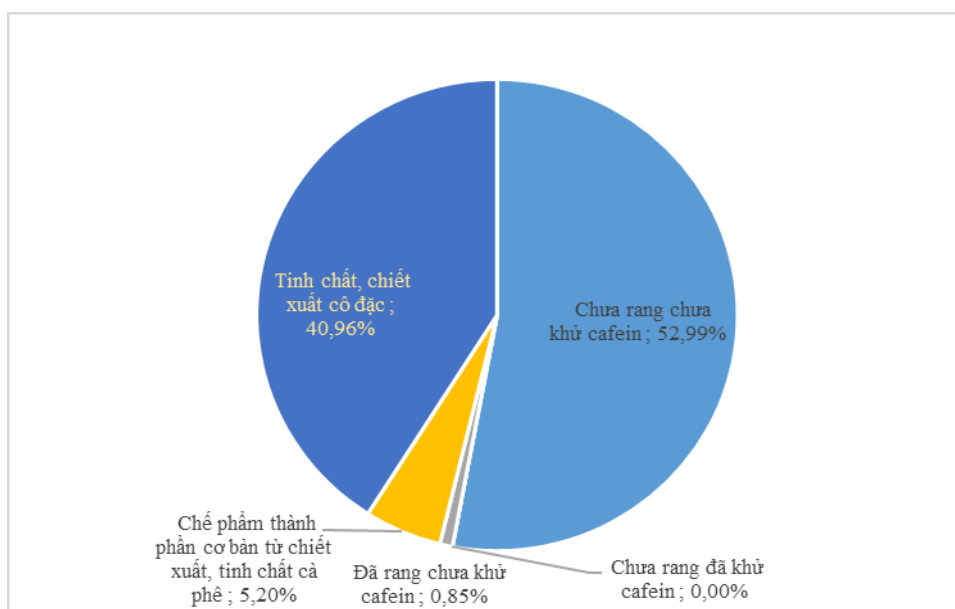
Do chi phí vận chuyển sang Hoa Kỳ và EU tăng cao do tình trạng thiếu container vận chuyển. Nhiều doanh nghiệp cà phê đã chuyển hướng sang xuất khẩu các nước trong khu vực. So với tháng trước, một số nước có kim ngạch xuất khẩu tăng là: Singapo đạt 327 nghìn USD, tăng 461%, Lào đạt 106 nghìn USD, tăng 191%, Campuchia đạt 259 nghìn USD, tăng 82%, Malaysia đạt 7,2 triệu USD, tăng 33%. Trong khi đó, xuất khẩu

giảm tại các thị trường: Indonesia đạt 3,3 triệu USD, giảm 29%, Thái Lan đạt 9,7 triệu USD, giảm 24%, Philippin đạt 11 triệu USD, giảm 21%.

Về cơ cấu sản phẩm, sản phẩm cà phê nhân chiếm 53,84%, cà phê chế biến chiếm 46,16%. Tỷ trọng cà phê chế biến trong tổng xuất khẩu đã tăng 5,61% so với cùng kỳ năm 2020, cụ thể như sau:

Cà phê chưa rang, chưa khử caffein đạt trị giá 20,28 triệu USD, chiếm tỷ trọng 52,99%, giảm 0,2% so cùng kỳ. Tinh chất, chiết xuất cô đặc đạt trị giá 15,6 triệu USD, chiếm 40,96%, tăng 13,48% so cùng kỳ. Chế phẩm thành phần cơ bản từ chiết xuất, tinh chất cà phê đạt 1,9 triệu USD, chiếm 5,2%, tăng 776% so với cùng kỳ. Cà phê đã rang, chưa khử caffein đạt 326 nghìn USD, chiếm tỷ trọng 0,85%, tăng 40,61% so với cùng kỳ.

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



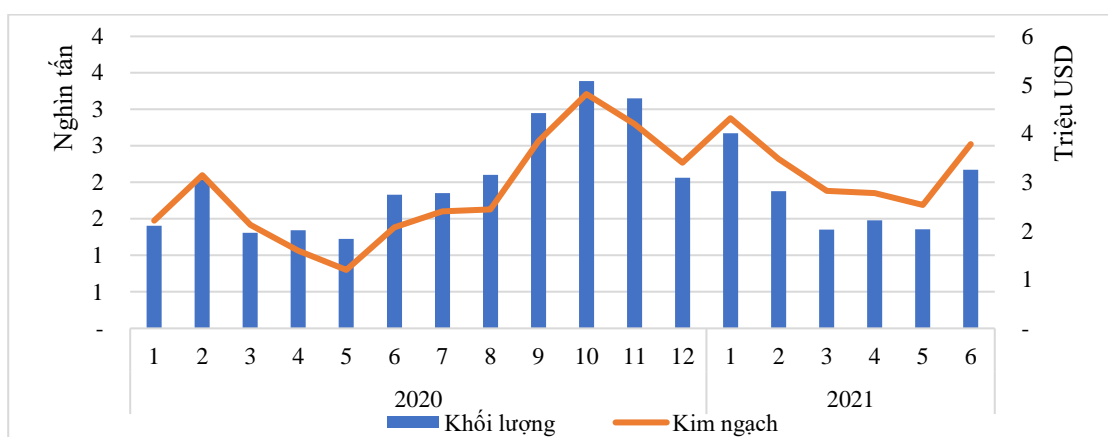
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 6/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là: Công ty TNHH URC Việt Nam, Công ty TNHH NEUMANN GRUPPE Việt Nam, Công ty Cà phê Ngon với thị phần lần lượt là: 15,36%; 10,53% và 9,65%.

4. CAO SU

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 06/2021, xuất khẩu cao su sang các quốc gia ASEAN ước đạt 2,2 nghìn tấn với trị giá 3,8 triệu USD, tăng 60,2% về khối lượng và 49,3% về giá trị so với tháng trước, và tăng 18,5% về khối lượng và 82,4% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

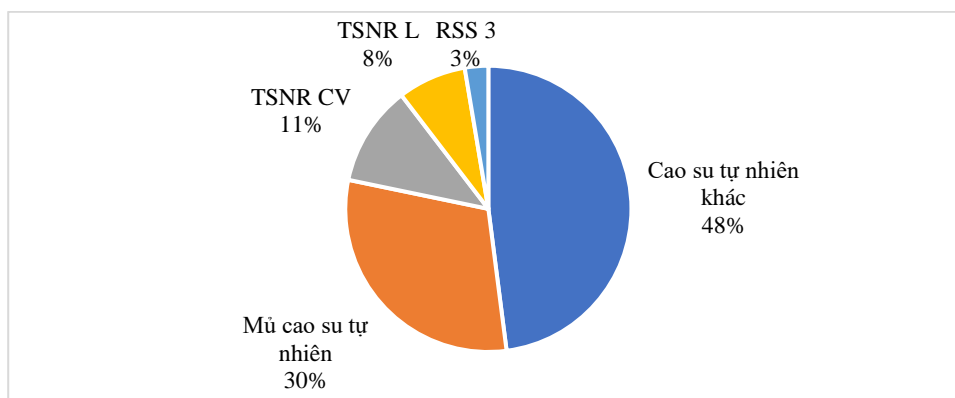
**Hình 10: Khối lượng và giá trị xuất khẩu cao su sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 06/2021, 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 1,0 triệu USD, chiếm 30,3% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là TSNR CV với kim ngạch 392,9 nghìn USD, chiếm 11,3% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là TSNR L và RSS 3, chiếm lần lượt 7,7% và 2,6% tổng giá trị xuất khẩu sang ASEAN.

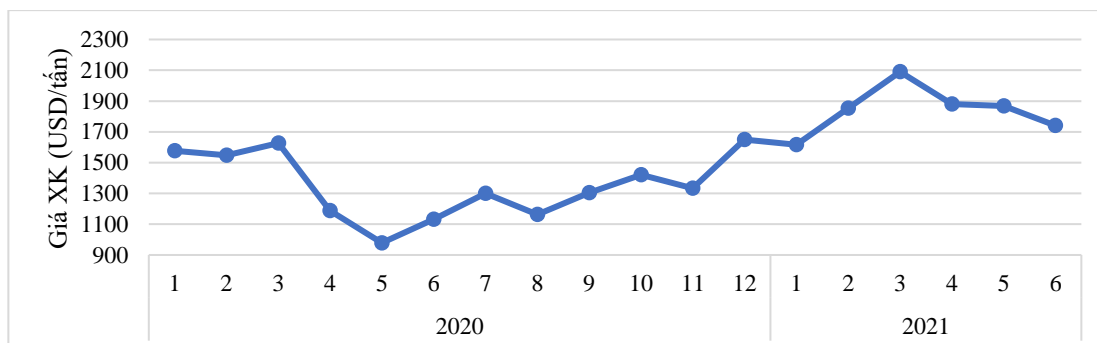
**Hình 11: Chủng loại cao su tự nhiên (mã HS 4001) xuất khẩu sang thị trường ASEAN theo kim ngạch tháng 06/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá cao su xuất khẩu trung bình sang các quốc gia ASEAN xu hướng giảm và đạt mức 1.742 USD/tấn trong tháng 06/2021, giảm 6,8% so với tháng trước và nhưng tăng 53,9% so với cùng kỳ 2020.

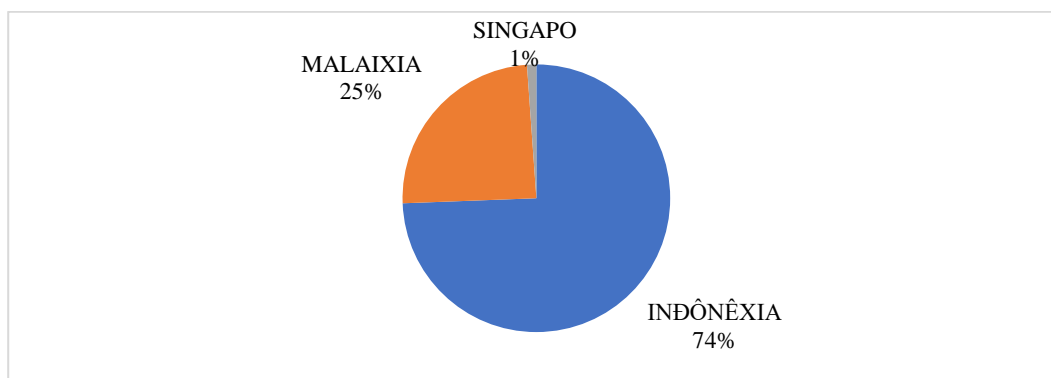
**Hình 12: Giá cao su xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong khối ASEAN, tháng 05/2021, Indonesia là quốc gia nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất của Việt Nam với 2,8 triệu USD, chiếm 74,4% 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 926,0 nghìn USD, chiếm 24,5%. Tiếp theo là Singapore chỉ chiếm 1,1% 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 ASEAN**



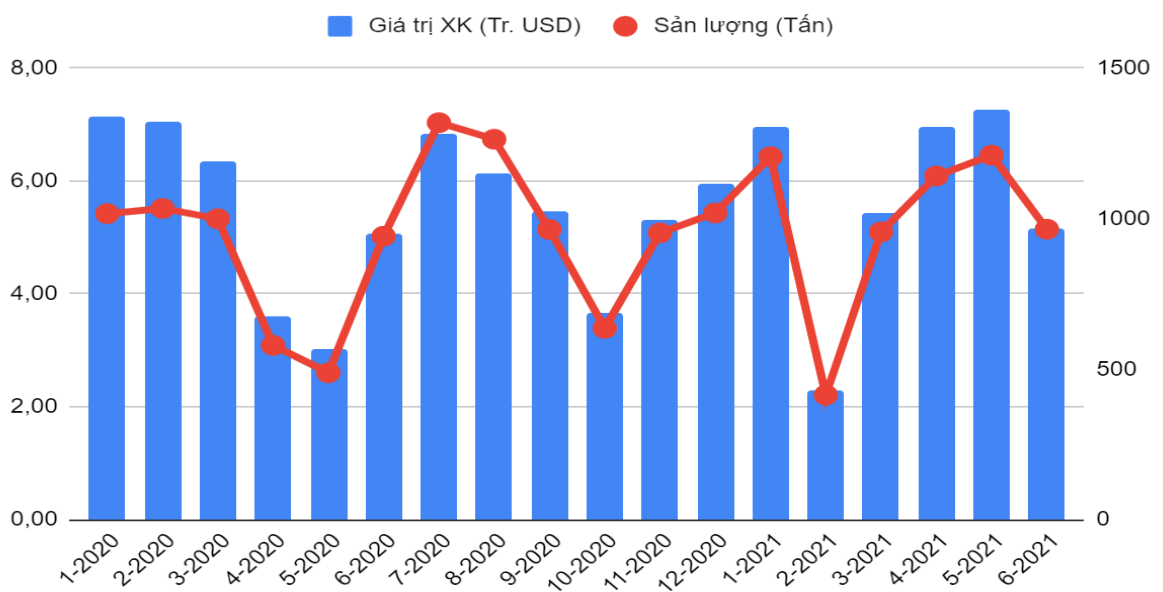
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 06/2021, top 3 công ty xuất khẩu cao su sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH Sản xuất Cao su Liên Anh và Công ty TNHH TM DV Xuất nhập khẩu Ngọc Châu và Công ty TNHH Cao su và Nhựa Wantai Việt Nam. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt 13,1%, 7,7% và 5,4% tổng kim ngạch cao su xuất khẩu sang thị trường ASEAN trong tháng 06/2021.

5. ĐIỀU

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 6/2021, Việt Nam xuất khẩu được 0,97 nghìn tấn điều, trị giá 5,15 triệu USD sang thị trường ASEAN, tăng 2,4% về khối lượng và 1,4% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Tính hết 6 tháng đầu năm, giá trị xuất khẩu điều sang thị trường này đạt 34,06 triệu USD, tương ứng với 5,89 nghìn tấn, tăng 5,6% về giá trị và 16,5% về sản lượng so với cùng kỳ năm trước.

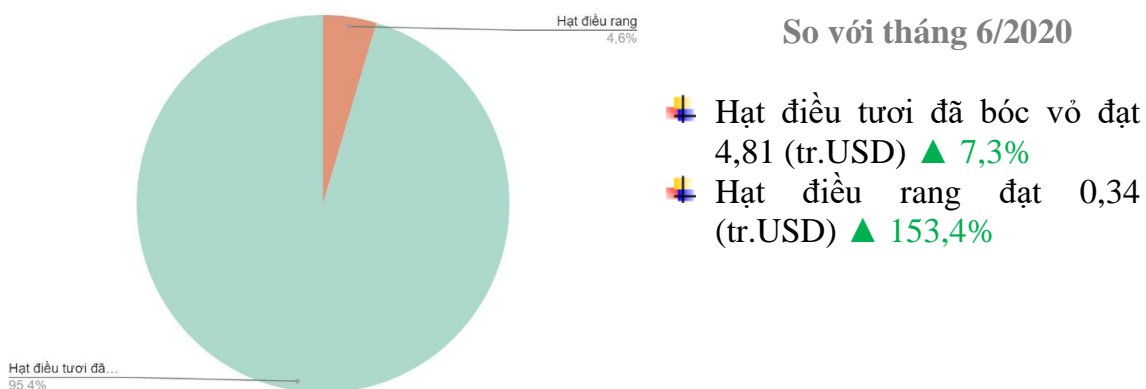
Hình 14: Khối lượng và giá trị xuất khẩu điều sang thị trường ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tháng 6/2021, xuất khẩu hạt điều tươi đã bóc vỏ chiếm tới 95,37%, tổng giá trị xuất khẩu điều sang thị trường này, hạt điều rang chỉ chiếm 4,63%.

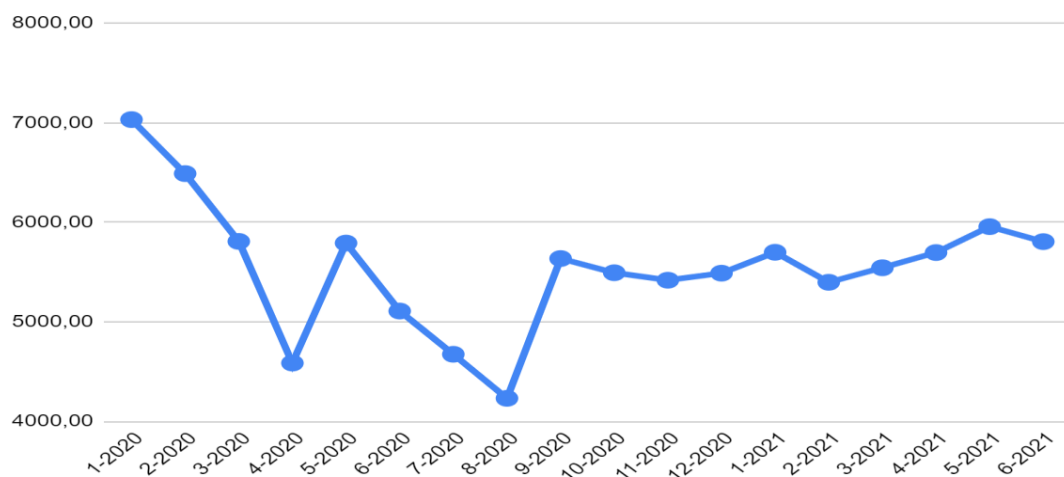
Hình 15: Cơ cấu xuất khẩu hạt điều xuất khẩu sang thị trường ASEAN tháng 6/2021



Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan

Giá xuất khẩu điều nhân trung bình sang thị trường ASEAN có xu hướng giảm nhẹ so với tháng trước. Cụ thể, giá xuất khẩu trung bình trong tháng 6 đạt 5,81 nghìn USD/tấn, giảm 2,5% so với tháng 5/2021, nhưng tăng 13,6% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, giá hạt điều tươi đã bóc vỏ đạt 5,54 USD/kg, giảm 7,5% so với tháng trước nhưng tăng 5,2% so với cùng kỳ năm trước.

**Hình 16: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường ASEAN (đvt: USD/tấn)**



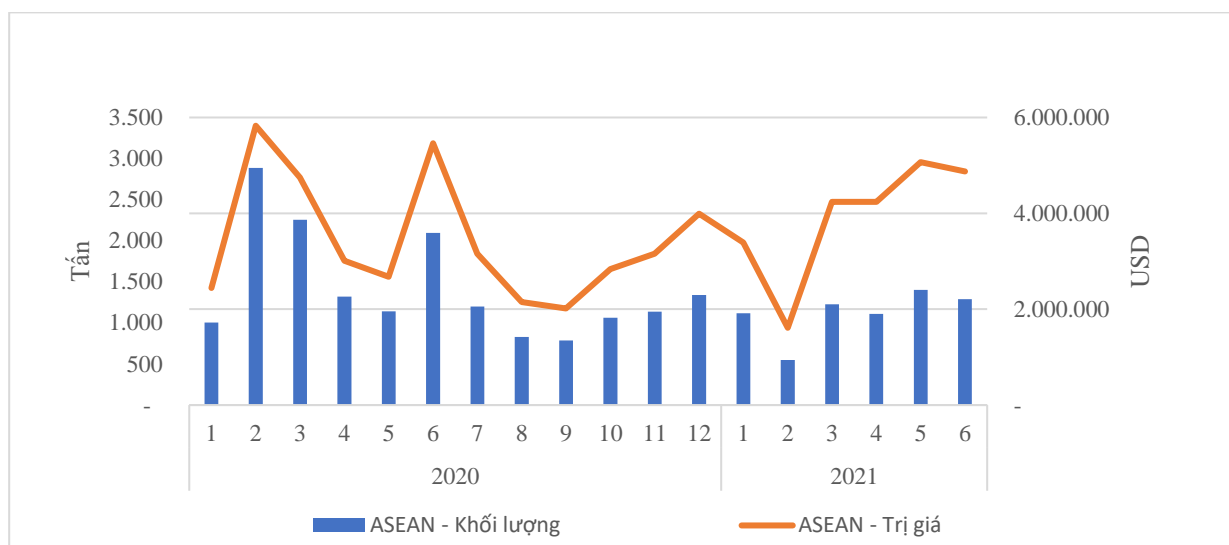
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Tháng 6/2021, 3 công ty xuất khẩu điều lớn nhất sang thị trường này bao gồm: Công ty TNHH HERITAGE Việt Nam chiếm 14,85% tổng giá trị điều xuất khẩu sang thị trường này; Công ty TNHH MTV Thương mại dịch vụ Huy Vân chiếm 12,01% và Công ty TNHH MTV Thương mại Long Hải chiếm 9,01%.

## 6. HỒ TIÊU

Theo số liệu công bố sơ bộ của Tổng cục Hải quan tháng 6/2021, kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam sang ASEAN chỉ chiếm 5,3% tổng kim ngạch xuất khẩu của mặt hàng này ra thế giới. Trong tháng 6/2021, 1.290 tấn hồ tiêu với trị giá gần 4,87 triệu USD đã được xuất khẩu sang thị trường này, giảm 7,86% về khối lượng và 5,3% về giá trị so với tháng 5/2021, giảm 38,48% về khối lượng và 10,74% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020.

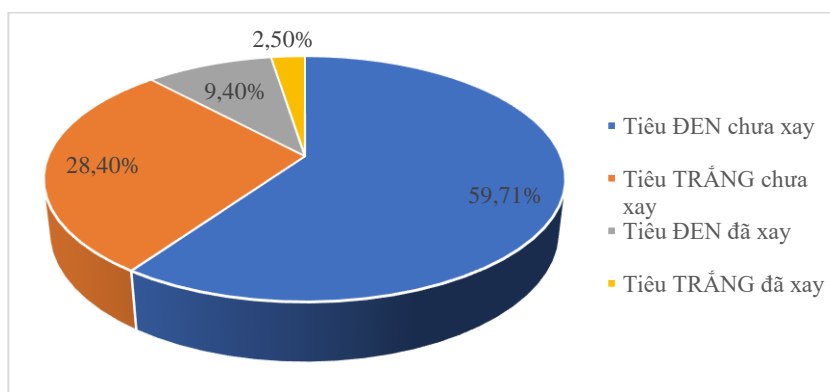
**Hình 17: Khối lượng và giá trị xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 6/2021, tiêu đen chưa xay vẫn tiếp tục là loại sản phẩm chính của Việt Nam sang ASEAN, chiếm 59,71% tổng giá trị xuất khẩu, giảm 5,5% so với tháng trước và giảm 7,18% so với cùng kỳ năm trước. Sản phẩm được xuất khẩu nhiều thứ hai là tiêu trắng chưa xay, chiếm 28,4%, tăng 9,9% so với tháng trước và tăng 10,88% so với cùng kỳ năm trước.

**Hình 18: Cơ cấu xuất khẩu Hồ tiêu sang thị trường ASEAN tháng 6/2021**

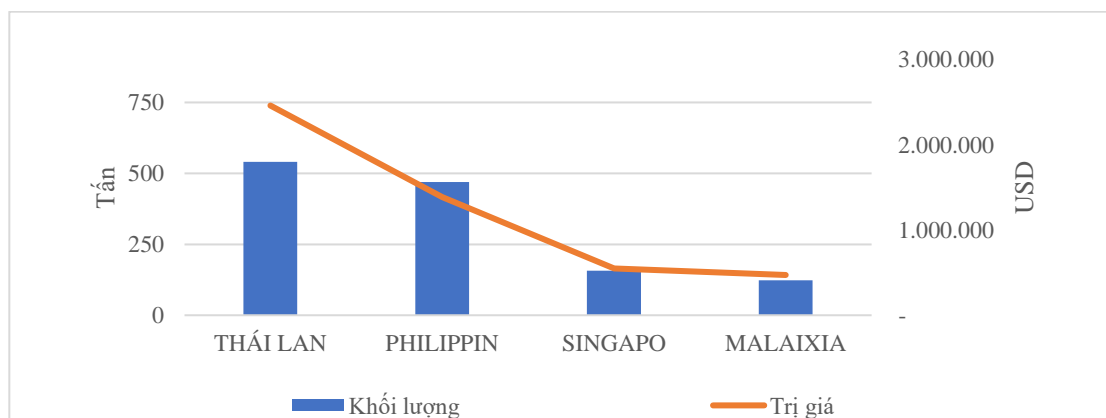


*Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan*

Quốc gia dẫn đầu về kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu của Việt Nam trong khối ASEAN trong tháng 6/2021 là Thái Lan với 541 tấn (41,94%), đạt 2,46 triệu USD (50,55%), đứng thứ 2 là Philippin với 469 tấn (36,36%), đạt 1,38 triệu USD (28,49%), xếp sau là Thái Lan với 435 tấn (31,07%), đạt 1,86 triệu USD (36,7%). Thấp nhất là Singapo và Malayxia với tổng đạt 280 tấn (21,71%) đạt 1 triệu USD (20,96%).



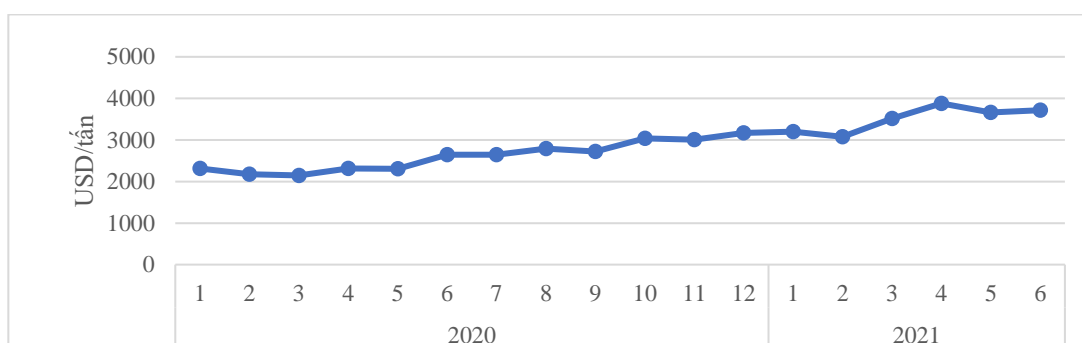
**Hình 19: Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu Việt Nam tới các nước ASEAN tháng 6/2021**



*Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan*

Giá hồ tiêu xuất khẩu vào ASEAN trong tháng 6/2021 tăng nhẹ lên mức 3.713 usd/tấn, tăng 1,4% so với tháng trước đó và tăng 40,2% so với cùng kỳ năm trước. Tuy giá hồ tiêu trong nước đã được ổn định, không tăng quá cao như các tháng trước đó, song mặt bằng chung giá xuất khẩu của Việt Nam vẫn cao, ảnh hưởng không ít tới khối lượng và kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam đi ASEAN nói riêng và các thị trường nói chung.

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



*Nguồn: Tổng cục hải quan Việt Nam*

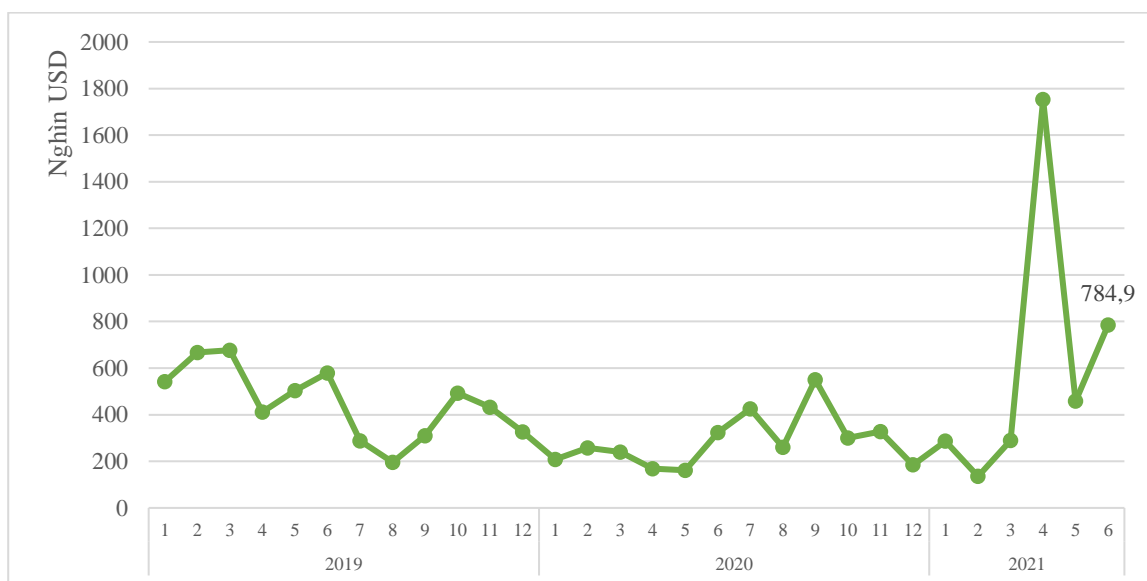
Trong tháng 6/2021, 3 doanh nghiệp xuất khẩu trong TOP 3 có kim ngạch xuất khẩu và chiếm tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của cả nước khá tương đương nhau, gồm Công ty CP XNK Petrolimex (chiếm 14,94%), Công ty CP Sinh Lộc Phát (chiếm 14,62%) và Công ty TNHH Bi Chu (chiếm 13,43%). Nếu như Công ty CP XNK Petrolimex có mức tăng trưởng đột phá, kim ngạch tăng 532,7% so với tháng trước và 462,8% so với cùng kỳ năm trước, Công ty TNHH Bi Chu cũng tăng trưởng ở mức 70% so với tháng trước và 24,9% so với cùng kỳ năm 2020 thì Công ty CP Sinh Lộc Phát tuy vẫn duy trì vị trí thứ 2 song kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu sang ASEAN của công ty này lại giảm 5,9% so với tháng 5/2021 và 56,2% so với cùng kỳ năm 2020. Trong tháng 6/2021, Công ty TNHH Chế biến Gia vị Nedspice Việt Nam không còn nắm giữ vị trí số 1 mà tụt xuống vị trí thứ 4, chiếm chỉ 9,58%, giảm 47,32% so với tháng 5/2021.

## 7. THỊT VÀ SẢN PHẨM THỊT

Sản xuất thịt ở các nước ASEAN tiếp tục bị ảnh hưởng do dịch Covid-19 bùng phát mạnh mẽ trở lại. Tại Thái Lan, nhiều nhà máy sản xuất gia cầm ở Thái Lan, đã bị phải tạm hoãn giao các đơn hàng đã ký kết, dự kiến sẽ lùi việc giao hàng cho khách hàng ít nhất 40-45 ngày. Một số nhà máy đã quyết định đóng cửa tạm thời do không thể tìm đủ lao động để hoạt động trong điều kiện dịch bệnh. Một nguyên nhân khác khiến cho các nhà máy phải hoãn các đơn hàng còn do thực tế một nhà máy phải đóng cửa nên đã giết mổ gà con sớm và sẽ phải nuôi lại toàn bộ để sẵn sàng giết mổ khi mở cửa trở lại, trong khi quy trình chăn nuôi cần 40-45 ngày/lứa.

Trong tháng 6/2021, tổng giá trị xuất khẩu sản phẩm thịt của Việt Nam sang các nước khu vực ASEAN đạt 784,9 nghìn USD, tăng 71,6% so với tháng trước, và tăng 142,2% so với cùng kỳ năm 2020. Thái Lan là thị trường xuất khẩu lớn nhất trong khu vực lần lượt chiếm 67,1%, với các sản phẩm phẩm chủ yếu là thịt và phụ phẩm từ gia cầm, Campuchia cũng chiếm 12,3% trong tháng 6/2021, với các sản phẩm xuất khẩu chính là lợn sống, và một số sản phẩm thịt chế biến. Các sản phẩm xuất khẩu chính trong tháng 6 gồm chân gà đông lạnh sang Thái Lan, Lào, Singapo (chiếm 70,8%); lợn sống sang Campuchia (chiếm 14,9%), gia cầm sống sang Lào (chiếm 7%) và các sản phẩm chăn nuôi khác (đùi ếch, gia cầm, thịt đông lạnh, chim cảnh).

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

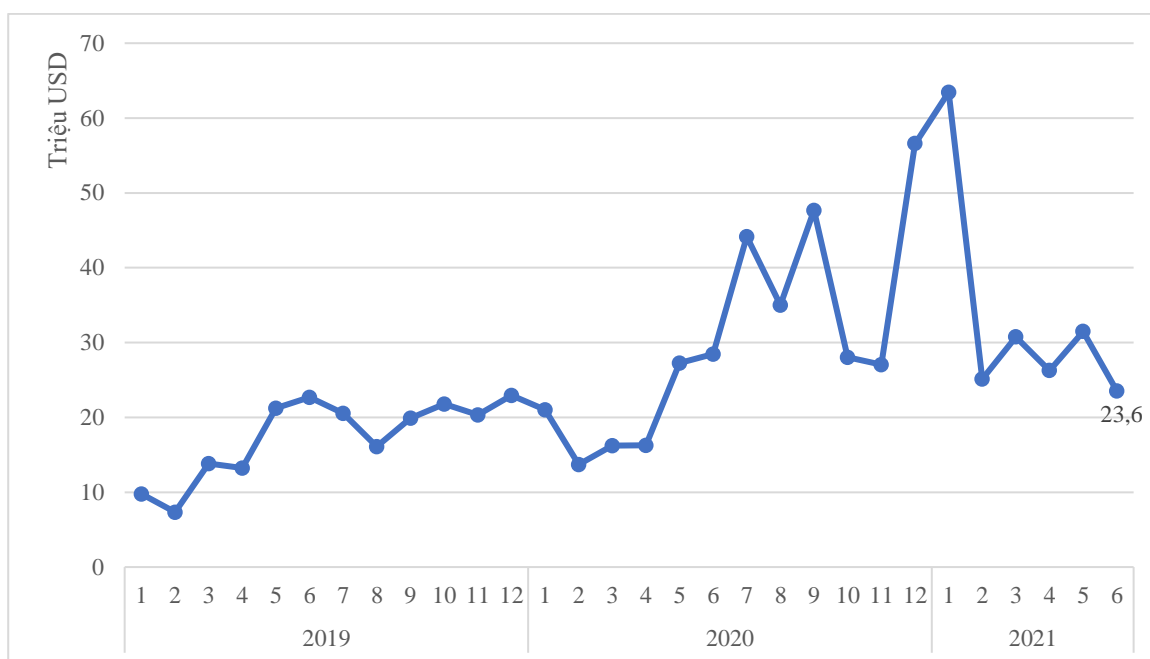


*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Về tình hình nhập khẩu, trong tháng 6/2021, Việt Nam nhập khẩu 23,6 triệu USD sản phẩm chăn nuôi của từ các nước ASEAN, giảm 25,1% so với tháng trước. Tổng giá

trị nhập khẩu sản phẩm thịt của Việt Nam từ thị trường ASEAN trong 6 tháng đầu năm 2021 đạt 200,6 triệu USD, tăng 20,1% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 122,9 triệu USD). Sản phẩm nhập khẩu nhiều nhất trong tháng 6/2021 là lợn sống (trị giá 18,8 triệu USD, chiếm 79,6%), trâu, bò sống (đạt 3,9 triệu USD, chiếm 16,7%) và điều từ Thái Lan. Còn lại là gà sống từ Lào (481 nghìn USD) và Malaysia (175,8 nghìn USD), cùng các sản phẩm chế biến từ gà của Malaysia.

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



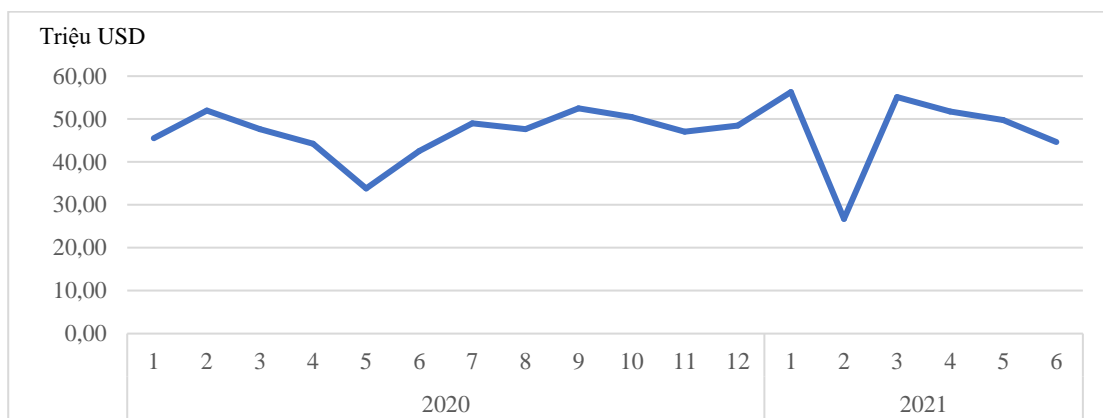
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

## 8. THỦY SẢN

Theo Bộ Thủy sản In-đô-nê-xi-a (KKP), trong 5 tháng đầu năm 2021, xuất khẩu thủy sản của nước này đạt 2,1 tỷ USD, tăng 4,94% so với cùng kỳ năm ngoái. Các mặt hàng có kim ngạch xuất khẩu cao bao gồm: tôm đạt 865,9 triệu USD, chiếm 41% tổng giá trị xuất khẩu; cá ngừ đại dương, cá saba đạt 269,5 triệu USD, chiếm 12,7%; bạch tuộc đạt 223,6 triệu USD, chiếm 10,6%. Mỹ vẫn là thị trường xuất khẩu thủy sản chính của Indonesia, đạt 934,1 triệu USD, chiếm 44,2% tổng kim ngạch xuất khẩu; Trung Quốc đạt 311,2 triệu USD, chiếm 14,7%; các nước ASEAN đạt 230,7 triệu USD, chiếm 10,9%.

Theo Tổng cục Hải quan, giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN 6 tháng đầu năm đạt 284,33 triệu, tăng 7% so với cùng kỳ năm 2020. Tính riêng tháng 6/2021, giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường này đạt 44,65 triệu USD, chiếm 5,5% tổng giá trị thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, tăng 32% so với cùng kỳ năm trước, nhưng giảm 10,3% so với tháng 5/2021.

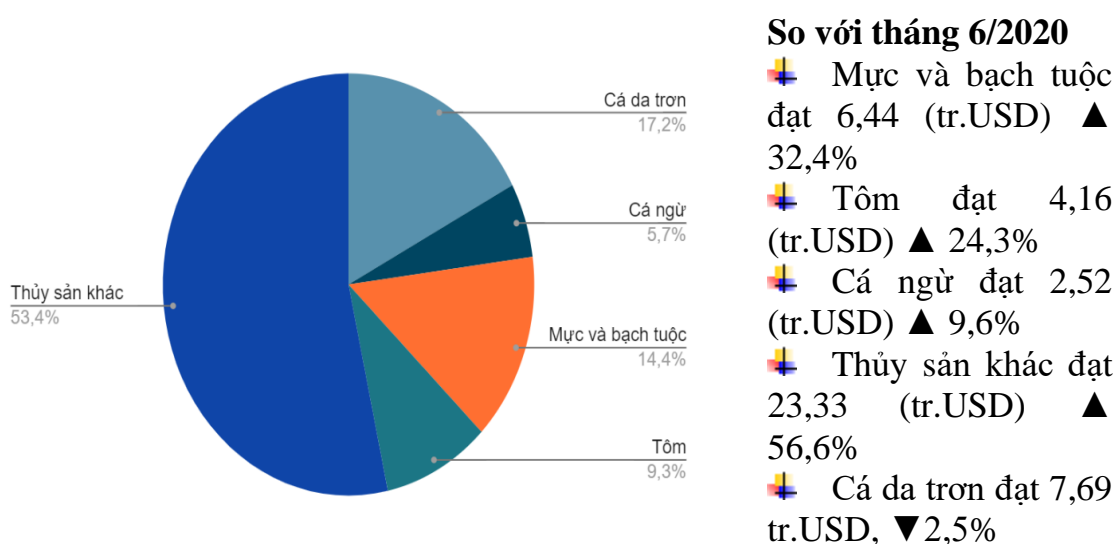
**Hình 23: Giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN**



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Cá da trơn là mặt hàng thủy sản tiêu thụ chính tại thị trường này trong tháng 6/2021, chiếm 17,2% giá trị xuất khẩu; mực và bạch tuộc chiếm 14,4%.

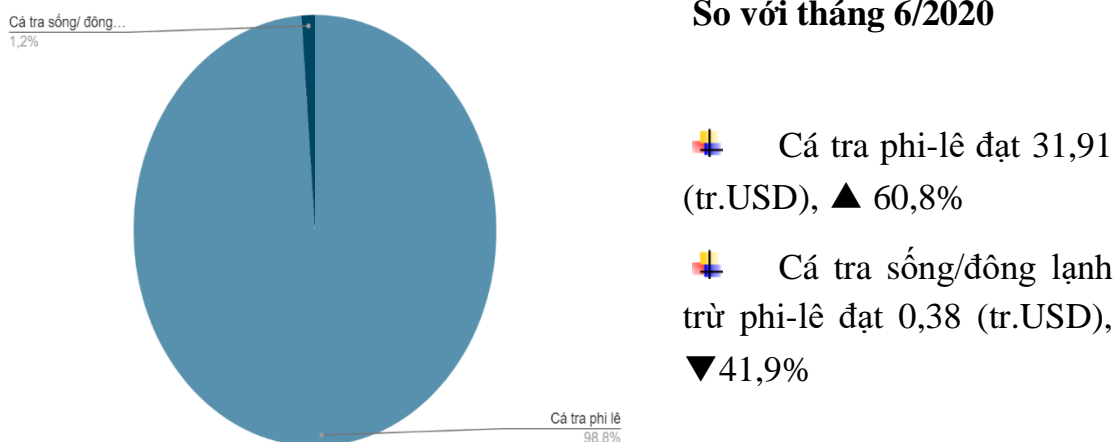
**Hình 24. Cơ cấu mặt hàng thủy sản xuất khẩu sang ASEAN tháng 6/2021**



Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan

Cá da trơn là mặt hàng thủy sản xuất khẩu lớn nhất vào thị trường này, giá trị xuất khẩu tháng 6/2021 đạt 7,69 triệu USD, giảm 2,3% so với cùng kỳ năm 2020 và 18% so với tháng trước.

**Hình 25: Cơ cấu sản phẩm cá da trơn xuất khẩu sang thị trường ASEAN tháng 6/2021**



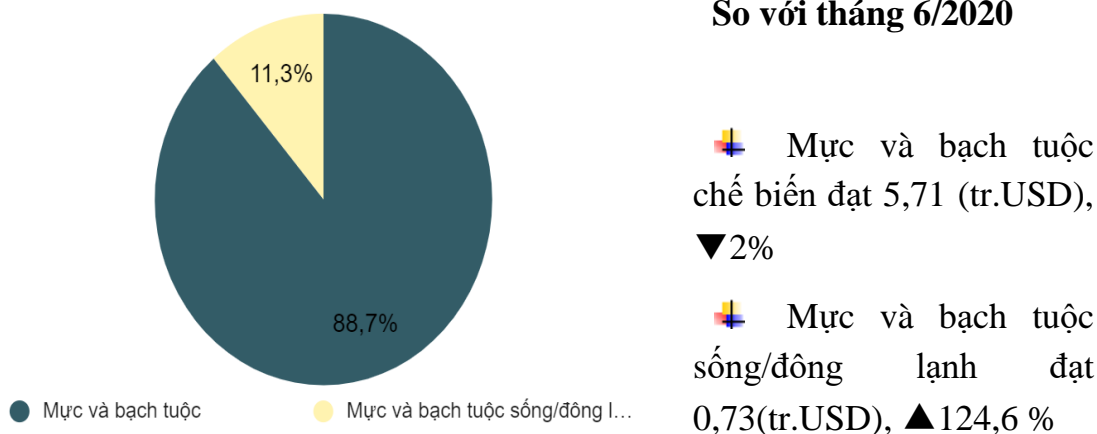
**So với tháng 6/2020**

- + Cá tra phi-lê đạt 31,91 (tr.USD), ▲ 60,8%
- Cá tra sống/đông lạnh trừ phi-lê đạt 0,38 (tr.USD), ▼ 41,9%

*Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan*

Mực và bạch tuộc là mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn thứ 2 vào thị trường này trong tháng 6/2021 đạt 6,44 triệu USD, chiếm 14,4% tổng giá trị thủy sản xuất khẩu vào thị trường này, tăng 4,7% so với cùng kỳ năm 2020 và giảm 4,6% so với tháng trước.

**Hình 26: Cơ cấu xuất khẩu Mực và bạch tuộc sang ASEAN tháng 6/2021**



**So với tháng 6/2020**

- Mực và bạch tuộc chế biến đạt 5,71 (tr.USD), ▼ 2%
- + Mực và bạch tuộc sống/đông lạnh đạt 0,73(tr.USD), ▲ 124,6 %

*Nguồn: Tính toán từ số liệu hải quan*

Giá xuất khẩu cá da trơn bình quân tháng 6 sang thị trường này đạt 1,6 USD/kg, tăng 2,9% so với cùng kỳ năm 2020; cá rô phi đạt 1,2,06 USD/kg, tăng 36,4%; tôm đạt 5,24 USD/kg, tăng 0,4%.

**Bảng 1. Giá xuất khẩu một số sản phẩm thủy sản sang thị trường ASEAN tháng 6/2021**

TT	Sản phẩm	Giá (USD/kg)	So năm trước (%)	So tháng trước (%)
1	Cá da trơn	1,60	2,9%	4,4%
2	Cá rô phi	2,06	36,4%	18,7%
3	Cua, ghẹ	5,99	29,5%	-9,7%
4	Mực và bạch tuộc	8,21	19,7%	3,7%
5	Tôm	5,24	0,4%	-23,5%

*Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan*

Tháng 6 năm 2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH xuất nhập khẩu Dalu Surimi chiếm 5,2% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này; Công ty cổ phần chế biến và dịch vụ thủy sản Cà Mau chiếm 3,3%; Công ty TNHH đồ hộp Việt Cường chiếm 3,2%.

# NHẬN ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ

---

## 1. Cà phê

Thị trường Cà phê về cơ bản sẽ được hưởng lợi nhờ vào sự sụt giảm nguồn cung trên toàn cầu. Tuy nhiên, cơ hội cho các doanh nghiệp trong nước không còn rõ ràng như trước đây, khi rất nhiều nhà nhập khẩu và các công ty kinh doanh Cà phê rang, xay đã có kinh nghiệm ứng phó với việc sụt giảm nguồn cung bằng cách gia tăng dự trữ. Xét về nhu cầu, biến chủng Delta đang khiến đại dịch Covid-19 trở nên phức tạp hơn tại các nước đang phát triển, và cũng là đối tượng sử dụng nhiều Cà phê nhất trên thế giới.

Điều này sẽ ảnh hưởng tới lượng xuất khẩu Cà phê của Việt Nam trong phần còn lại của năm 2021 và ngành Cà phê trong nước chưa chắc đã được hưởng lợi nhiều dù giá thế giới có thể sẽ tiếp tục tăng cao hơn trong thời gian tới.

## 2. Cao su

Nhu cầu găng tay cao su trên toàn cầu đã có mức tăng kỷ lục trong lịch sử, tăng hơn 20% trong năm nay lên 360 tỷ chiếc do đại dịch Covid-19. Hiệp hội các nhà sản xuất găng tay cao su Malaysia (MARGMA) dự đoán, tình trạng thiếu găng tay cao su trên toàn cầu sẽ còn kéo dài tới quý I/2022. Các doanh nghiệp sản xuất găng tay y tế lớn trên thế giới cảnh báo tình trạng khan hiếm sản phẩm có thể xảy ra khi nhu cầu châu Âu tăng đột biến. Theo đó, nhu cầu cao su tự nhiên cho sản xuất găng tay cao su được dự báo tiếp tục tăng tại Malaysia.

## 3. Tiêu

Tuy là thị trường tiềm năng do có nhiều điểm tương đồng trong nhu cầu sử dụng gia vị từ hồ tiêu, vị trí địa lý thuận lợi và dân số lớn song thị trường này vẫn là thị trường khá nhỏ của hồ tiêu Việt Nam. Tỷ trọng về khối lượng và kim ngạch xuất khẩu trong tháng 6/2021 chỉ chiếm 5,29% và 5,3% trong tổng khối lượng và kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này của Việt Nam ra thế giới. Với tình hình giá thu mua trong nước tuy không còn tăng nhưng vẫn giữ ở mức cao, tình hình dịch bệnh Covid-19 bùng phát mạnh trở lại lần thứ 4 tại Việt Nam và nhiều nước trên thế giới và vấn đề về cước biển tăng quá cao vẫn chưa được giải quyết thì dự báo trong các tháng tiếp theo, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này sang ASEAN nói riêng và toàn thế giới nói chung sẽ không hy vọng sẽ có những tăng trưởng mạnh trở lại.

## PHỤ LỤC

**Bảng 1: Xuất khẩu NLTS của Việt Nam sang ASEAN tháng 6/2021**

STT	Sản phẩm	Tháng 6/2020 (USD)	Tăng /giảm so T5/2021	Tăng /giảm so T6/2020	Tỷ trọng
1	Cà phê	36.752.397	-12,50%	-8,83%	11,01%
2	Cao su	2.074.334	49,32%	82,40%	1,24%
3	Chè	1.136.016	13,70%	-22,51%	0,29%
4	Gạo	80.419.352	-31,83%	24,52%	32,91%
5	Gỗ và sản phẩm gỗ	14.516.230	-4,03%	44,12%	6,88%
6	Rau quả	21.512.651	4,45%	-13,18%	6,14%
7	Thủy sản	42.551.735	-10,28%	4,93%	14,67%
8	Hạt điều	5.074.814	-29,06%	1,40%	1,69%
9	Hạt tiêu	5.459.637	-3,87%	-10,74%	1,60%
10	Phân bón các loại	17.774.158	25,59%	94,23%	11,35%
11	Sản phẩm từ cao su	3.869.092	-25,56%	37,28%	1,75%
12	Sắt và các sản phẩm từ sắt	410.905	-2,11%	28,68%	0,17%
13	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	18.201.872	22,19%	72,15%	10,30%
14	Thịt và sản phẩm thịt	324.064	71,60%	142,20%	0,26%
<b>Tổng XK NLTS</b>		<b>250.077.257</b>	<b>-13,44%</b>	<b>21,67%</b>	<b>100,00%</b>

Nguồn: Tổng cục Hải quan

**Bảng 2: Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng gạo sang ASEAN tháng 6/2021**

T	Loại sản phẩm	Tháng 6/2020		Tháng 6/2021		So sánh 2021/2020 (%)	
		Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng	Giá trị
1	Gạo trắng	107.210	47.610.448	103.786	53.510.809	-3,2%	12,4%
2	Gạo thơm	36.423	18.158.311	71.638	38.930.748	96,7%	114,4%
3	Các loại gạo khác	24.800	14.650.593	15.025	7.694.412	-39,4%	-47,5%

Nguồn: Tổng cục Hải quan



**Bảng 3: Giá trị xuất khẩu một số loại rau quả chính sang ASEAN tháng 6/2021**

TT	Sản phẩm	Tháng 6/2020	Tháng 6/2021	So sánh
		(USD)	(USD)	T6.2021/T6.2020
	<b>Tổng giá trị XK</b>	<b>21.512.651</b>	<b>18.678.216</b>	<b>-13,2%</b>
1	Sầu riêng	3.461.201	6.116.726	76,7%
2	Khoai lang	3.152.820	2.481.212	-21,3%
3	Ớt	1.836.231	1.170.284	-36,3%
4	Chanh	313.800	1.092.785	248,2%
5	Dừa	5.362.392	1.011.244	-81,1%
6	Vải	161.440	529.096	227,7%
7	Chuối	641.072	462.455	-27,9%
8	Khác	6.583.696	5.814.414	-11,7%

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 4: Giá trị xuất khẩu cà phê sang ASEAN tháng 6/2021**

Mặt hàng	T6/2020 (USD)	T6/2021 (USD)	So sánh T6/2020 và T6/2021
Chưa rang chưa khử cafein	20.330.279	20.289.860	-0,20%
Chưa rang đã khử cafein	29.278	-	-100,00%
Đã rang chưa khử cafein	231.964	326.171	40,61%
Chế phẩm thành phần cơ bản từ chiết xuất, tinh chất cà phê	227.374	1.992.196	776,18%
Tinh chất, chiết xuất cô đặc	13.821.815	15.685.213	13,48%
<b>Tổng</b>	<b>34.640.710</b>	<b>38.293.440</b>	<b>10,54%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 5: Xuất khẩu sản phẩm thủy sản sang thị trường ASEAN tháng 6/2021**

Loại sản phẩm	Tháng 6/2021 (USD)	Tháng 6/2020 (USD)	So sánh 2021/20 (%)
Cá da trơn	7.686.392,60	7.865.453,90	-2,3%
Cá nù	2.523.725,12	5.044.427,52	-50,0%
Cá rô phi	344.977,12	119.490,00	188,7%
Cua, ghẹ	164.774,20	502.190,33	-67,2%
Mực và bạch tuộc	6.442.102,75	6.151.643,36	4,7%
Tôm	4.156.625,49	4.063.018,76	2,3%
Thủy sản khác	23.331.751,32	18.805.510,98	24,1%
<b>Tổng</b>	<b>44.650.348,60</b>	<b>42.551.734,85</b>	<b>4,9%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 6: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm chăn nuôi sang các nước ASEAN**

TT	Sản phẩm	T6/2020 (USD)	T6/2021 (USD)	So sánh T6.2021/T6.2020
1	Trâu, bò sống	133.641,3		
2	Lợn sống		116.622,0	
3	Gia cầm sống		54.951,4	
4	Động vật sống khác	46.412,0	4.521,0	-90%
5	Thịt trâu, bò, đông lạnh.	2.753,6		
6	Phụ phẩm giết mổ		11.382,0	
7	Thịt và phụ phẩm giết mổ của gia cầm	137.315,4	550.029,8	301%
8	Thịt khác		38.366,0	
9	Thịt chế biến (xúc xích, hun khói, muối, v.v.)	3.941,9	9.003,2	128%
	<b>Tổng</b>	<b>324.064,1</b>	<b>784.875,4</b>	<b>142%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*