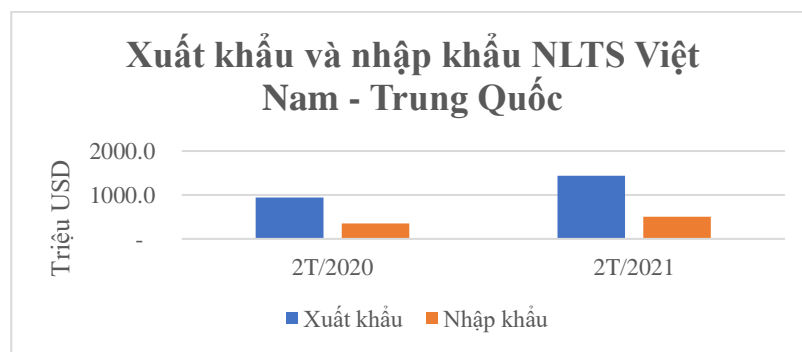


BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

Thị trường **TRUNG QUỐC**

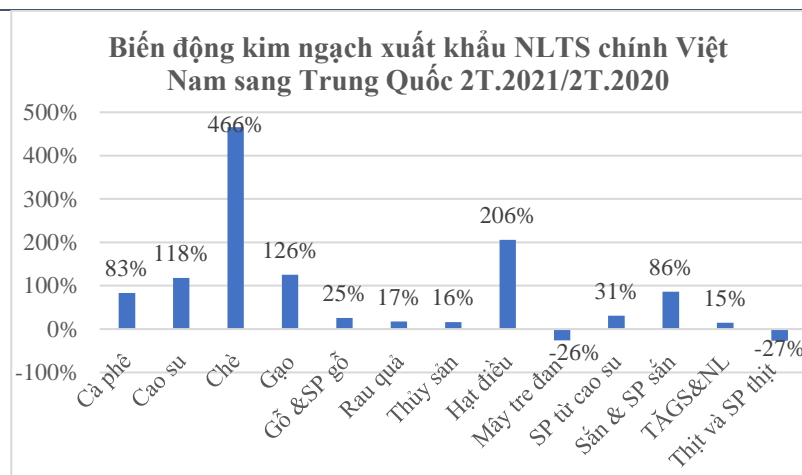


TÌNH HÌNH CHUNG



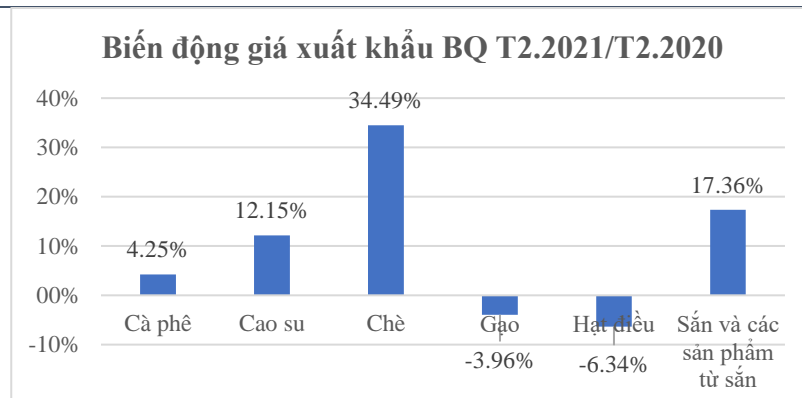
So sánh xuất nhập khẩu NLTS Việt Nam - Trung Quốc (2T.2021/2T.2020)

Xuất khẩu	▲ 53,11%
Nhập khẩu	▲ 41,65%



So sánh 2T.2021/2T.2020

Cà phê	▲ 83,26%
Cao su	▲ 117,69 %
Chè	▲ 465,94%
Gạo	▲ 125,57%
Gỗ và SP Gỗ	▲ 25,35%
Rau quả	▲ 17,46%
Thủy sản	▲ 15,89%
Hạt điều	▲ 206,06%
Mây tre đan	▼ 26,02%
SP từ cao su	▲ 30,68 %
Sắn và SP Sắn	▲ 85,97%
TĂGS và NL	▲ 14,56 %
Thịt và SP thịt	▼ 27,03%



So sánh giá xuất khẩu T2.2021/T2.2020

Cà phê	▲ 4,25 %
Cao su	▲ 12,15%
Chè	▲ 34,49 %
Gạo	▼ 3,96%
Sắn & SP sắn	▲ 17,36%
Hạt điều	▼ 6,34%

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Theo dữ liệu của Cục Thống kê Quốc gia Trung Quốc công bố, sản lượng công nghiệp 2 tháng đầu năm 2021 đã tăng 35,1%, so với cùng kỳ năm ngoái. Mức tăng này cũng nhanh hơn 7,3% so với tháng 12/2020 cũng như vượt mức dự báo tăng 30% so với cùng kỳ năm 2020 mà các chuyên gia kinh tế dự báo trong cuộc khảo sát của hãng tin Reuters. Doanh số bán lẻ 2 tháng đầu năm 2021 của Trung Quốc cũng tăng 33,8% so cùng kỳ năm 2020 và vượt mức dự báo 32% mà các chuyên gia kinh tế đưa ra. Mức tăng của doanh số bán lẻ 2 tháng đầu năm 2021 đã đánh dấu bước nhảy vọt đáng kể từ mức tăng trưởng 4,6% trong tháng 12/2020 và mức giảm 20,5% doanh số bán lẻ 2 tháng đầu năm 2020.

Dù có được các con số ấn tượng trên đây một phần là vì hiệu ứng "phóng đại" khi so sánh với cùng kỳ năm ngoái, khi hoạt động kinh tế đang bị ảnh hưởng nặng nề bởi tình hình dịch bệnh. Nhưng các số liệu khác cho thấy nhìn chung kinh tế Trung Quốc vẫn đang trên đà phục hồi thật sự, khi sản lượng công nghiệp tăng 16,9% so với cùng kỳ năm 2019, trước khi dịch bệnh bùng phát. Chính phủ Trung Quốc đặt mục tiêu tăng trưởng kinh tế trên 6% cho năm 2021, trong bối cảnh đất nước đang hồi phục mạnh mẽ sau tác động của đại dịch COVID-19 năm ngoái.

Các nhà đầu tư nước ngoài đang quan tâm đến trái phiếu chính phủ của Trung Quốc, khi loại kỳ hạn 10 năm đang có lợi suất hơn 3,2%. Ngược lại, lần tăng lãi suất mới nhất của Mỹ đã đẩy lợi suất trái phiếu kho bạc kỳ hạn 10 năm của nước này xuống chỉ còn 1,7%. Mức chênh lệch lớn đó hút các nhà đầu tư đổ tiền vào Trung Quốc để thu lợi suất cao hơn. Không có dữ liệu cụ thể về tỷ lệ nắm giữ của nhà đầu tư Mỹ, nhưng các nhà đầu tư bên ngoài Trung Quốc đại lục đã nắm khoảng 3,5% lượng trái phiếu phát hành bằng đồng nhân dân tệ hiện có, tính đến cuối tháng 2, theo *Reuters*. Cụ thể, lượng nắm giữ trái phiếu chính phủ Trung Quốc của nước ngoài đạt khoảng 10,6% lượng phát hành vào tháng trước.

Theo dữ liệu từ Wind Information, chỉ trong hai năm gần đây tỷ lệ nắm giữ trái phiếu chính phủ của người nước ngoài tại Trung Quốc đã tăng gần gấp đôi, lên hơn 2.000 tỷ nhân dân tệ (307,7 tỷ USD). Lãi suất tăng lên khi trái phiếu Trung Quốc được thêm vào các chỉ số đầu tư chính nhà đầu tư toàn cầu theo dõi, thúc đẩy hàng tỷ USD được tung ra để mua nợ của Trung Quốc.

Theo dự báo của hãng nghiên cứu Oxford Economics, kế hoạch tiêm chủng vaccine Covid-19 đầy tham vọng của Trung Quốc có thể giúp kinh tế nước này tăng trưởng tới 9,3% trong năm 2021. Hiện tại, Bắc Kinh đặt mục tiêu tiêm chủng cho 40% dân số vào cuối tháng 6 tới.

Các nhà phân tích của Oxford Economics cho rằng niềm tin của doanh nghiệp cùng với chi tiêu tiêu dùng tại Trung Quốc sẽ cải thiện nếu nước này đạt được mục tiêu tiêm chủng trên. Với mục tiêu này, các nhà chức trách phải tiêm vaccine cho 10 triệu người mỗi ngày - gấp đôi tốc độ hiện tại. "Nếu Bắc Kinh duy trì được tốc độ tiêm chủng trên tới tháng 9, thì có thể đạt được trạng thái miễn dịch cộng đồng - với khoảng 60-70% dân số được tiêm", Oxford Economics nhận định trong báo cáo vừa công bố ngày 30/3. "Điều này đồng nghĩa với việc tốc độ tăng trưởng GDP sẽ thêm 0,4 điểm phần trăm từ mức dự báo 8,9% của Oxford Economics cho kịch bản cơ sở". Kịch bản cơ sở được Oxford Economics đưa ra là tốc độ tiêm chủng tại quốc gia đông dân nhất thế giới đạt 5-6 triệu liều/ngày.

Theo báo cáo, tiêu dùng hộ gia đình tại Trung Quốc có thể tăng thêm 7% so với mức trước đại dịch năm 2019. Trong khi đó, dịch vụ du lịch sẽ phục hồi về mức khoảng 50% so với thời điểm nửa cuối năm 2019. Đầu tư cố định cũng sẽ được cải thiện.

Tuy nhiên, theo Bloomberg, đến nay, tiến độ tiêm chủng vaccine của Trung Quốc vẫn kém xa so với Mỹ và nhiều quốc gia châu Âu với chỉ 107 triệu người - tương đương 3,8% - dân số được tiêm chủng. Các nhà phân tích nhận định việc kiểm soát thành công dịch bệnh trước đó đã khiến nước này thận trọng hơn trong việc thúc đẩy kế hoạch tiêm chủng.

Trước đó, theo khảo sát của Bloomberg với các nhà kinh tế, mức dự báo tăng trưởng trung bình cho nền kinh tế Trung Quốc là 8,5% trong năm nay. Các nhà kinh tế học cho biết nền kinh tế Trung Quốc sẽ lớn hơn Mỹ vào năm 2032. Tuy nhiên, Mỹ vẫn sẽ duy trì vị trí giàu có hơn Trung Quốc trong 50 năm tới hoặc hơn – tức là khá lâu sau khi Trung Quốc trở thành nền kinh tế lớn nhất hành tinh. GDP bình quân đầu người là thước đo sản lượng của một nền kinh tế trên mỗi người dân và là thước đo chung cho sự thịnh vượng của một quốc gia. Dữ liệu mới nhất của Quỹ Tiền tệ Quốc tế (IMF) cho thấy GDP bình quân đầu người của Trung Quốc được dự báo là 10.582,10 USD vào năm 2020 – thấp hơn gần 6 lần so với mức 63.051,40 USD của Mỹ.

Đầu tháng 3.2021, Trung Quốc đã diễn ra chuỗi sự kiện đặc biệt, đó là Hội nghị Chính trị Hiệp thương Nhân dân Trung Quốc, còn gọi là Chính Hiệp, và Kỳ họp thứ 4 Đại hội Đại biểu Nhân dân toàn quốc, tức Quốc hội khóa XIII. Hai sự kiện này thường diễn ra liền nhau, còn được biết đến với tên là Lương hội. Hội nghị năm nay càng thu hút sự chú ý bởi đặc biệt trong đó là tính thời điểm. Năm 2021, Trung Quốc chính thức bước vào năm đầu tiên của kế hoạch 5 năm lần thứ 14, 2021 - 2025. Năm nay cũng kỷ niệm 100 năm ngày thành lập Đảng Cộng sản Trung Quốc, như vậy là

năm đầu tiên trên con đường thực hiện mục tiêu 100 năm lần thứ 2. Những báo cáo quan trọng về mục tiêu năm 2021 và các mục tiêu bao quát xa hơn đã được công bố. Theo đánh giá của nhiều chuyên gia, có nhiều tín hiệu cho thấy cải cách sẽ được tiến hành và thậm chí được xem là đòn bẩy chủ yếu để thúc đẩy kinh tế đi vào giai đoạn phát triển với chất lượng cao trong dài hạn.

Vào ngày 28 tháng 3, Hội nghị các nhà cung cấp dịch vụ nông nghiệp Trung Quốc năm 2021 đã được tổ chức tại Bắc Kinh. Chủ đề của hội nghị lần này là "Con đường tiến tới dịch vụ nông nghiệp khoa học và công nghệ để phục hồi nông thôn" để cùng nhau thảo luận về cách cải thiện hệ thống dịch vụ xã hội và chuyên nghiệp của nông nghiệp trong giai đoạn mới, khái niệm mới và mô hình mới, đồng thời giúp thúc đẩy toàn diện quá trình hồi sinh nông thôn và đẩy nhanh quá trình hiện đại hóa nông nghiệp, nông thôn.

Theo thông tin từ Bộ Nông nghiệp và Nông thôn Trung Quốc, để truy quét nạn vi phạm, buôn bán hạt giống giả, kém chất lượng và các hoạt động bất hợp pháp khác, tăng cường bảo vệ quyền sở hữu trí tuệ ngành giống, đảm bảo hạt giống sử dụng trong vụ xuân được an toàn. Từ tháng 3, Bộ Nông nghiệp và Nông thôn triển khai thực hiện đợt kiểm tra thị trường hạt giống vụ xuân định kỳ 2 tháng trên toàn quốc. Tập trung vào các loại hạt giống cây trồng như ngô, lúa, đậu tương, rau, hoa hướng dương, khoai tây giống, kiểm tra kỹ thị trường kinh doanh hạt giống và các cửa hàng đang hoạt động, đồng thời điều tra nghiêm các hành vi vi phạm về giống, chưa qua kiểm tra trước, chất lượng giống thấp, không đồng bộ. Tính xác thực và tài liệu lưu trữ sai lệch hoặc hồ sơ không đầy đủ; trong số đó, các khu vực sản xuất lúa sớm chính ở miền nam tập trung vào việc kiểm soát chất lượng hạt giống nghiêm ngặt, các khu vực sản xuất ngô chính ở đông bắc Trung Quốc tập trung vào việc kiểm tra hạt giống ngô biến đổi gen bất hợp pháp; Bắc Kinh, Thượng Hải, Quảng Đông, Sơn Đông và những nơi khác tập trung kiểm tra hạt giống nhập khẩu, và các vùng sản xuất hướng dương chính ở Đông Bắc Trung Quốc kiểm tra nghiêm ngặt nhãn mác và tính xác thực của hạt hướng dương. Cụ thể, Bộ Nông nghiệp và Nông thôn gần đây đã tổ chức 6 đoàn công tác tiến hành các chuyến thăm công khai, không báo trước và kiểm tra tại chỗ tại các khu vực trọng điểm như Nội Mông, Hắc Long Giang, Giang Tô, Hồ Bắc, Quảng Tây, Cam Túc, ... để kiểm tra, giám sát, đồng đốc chỉ đạo thực hiện công việc. Mỗi tỉnh được yêu cầu kiểm tra ngẫu nhiên không dưới 20 kho giống, đồng thời lấy mẫu hạt để kiểm tra chất lượng hạt giống, khả năng biến đổi gen, tính xác thực và các chỉ tiêu khác. Đến nay, công tác giám sát, kiểm tra tại 4 tỉnh đã hoàn thành, bao gồm 17 quận, 23 chợ giống và 96 cửa hàng đang hoạt động. 120 mẫu giống được kiểm tra tại chỗ với khối lượng là 72.400 kg. Tất cả 11 vấn đề được phát hiện trong cuộc kiểm tra tại chỗ đã được yêu cầu sửa đổi ngay lập tức.

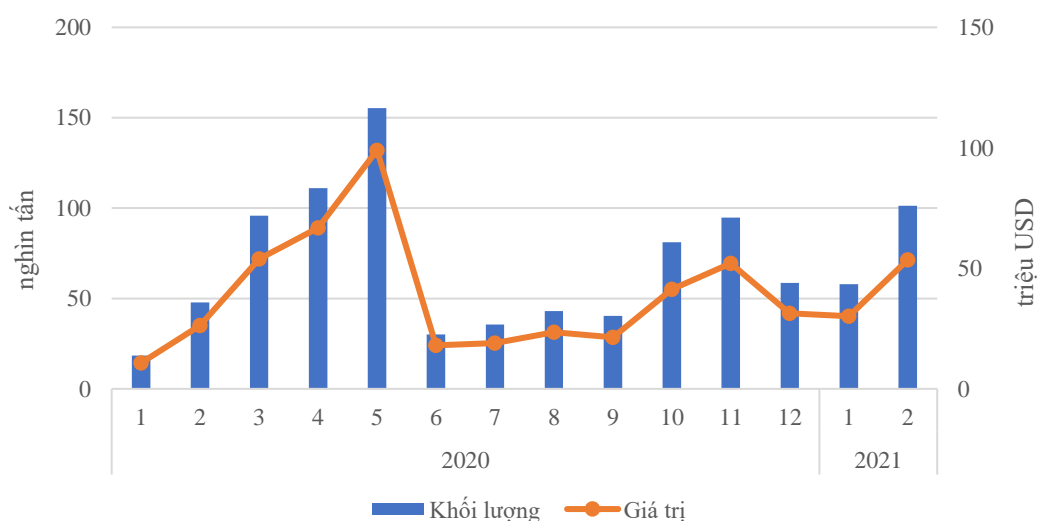
CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC

1. LÚA GẠO

Theo dự báo cập nhật tháng 03/2021 của USDA, sản lượng gạo của Trung Quốc trong năm 2021 tiếp tục được dự báo là sẽ đạt khoảng 148,3 triệu tấn, tăng 1,6 triệu tấn so với năm trước. Về nhập khẩu, lượng gạo nhập khẩu của Trung Quốc năm 2021 ước đạt 2,8 triệu tấn, giảm 100 nghìn tấn so với năm ngoái. Nguyên nhân chính là do dự trữ gạo của Trung Quốc hiện vẫn tương đối cao.

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 02/2021, Việt Nam xuất khẩu được 101,4 nghìn tấn gạo, trị giá 53,5 triệu USD sang Trung Quốc tăng 75,2% về khối lượng và 77,5% về giá trị so với tháng 01/2020, và tăng 111,8% về khối lượng và 103,4% về giá trị so với cùng kỳ 2020. Tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong 2 tháng đầu năm 2021 đạt 159,2 nghìn tấn, trị giá 83,6 triệu USD, tăng 140,4% về khối lượng và 125,5% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

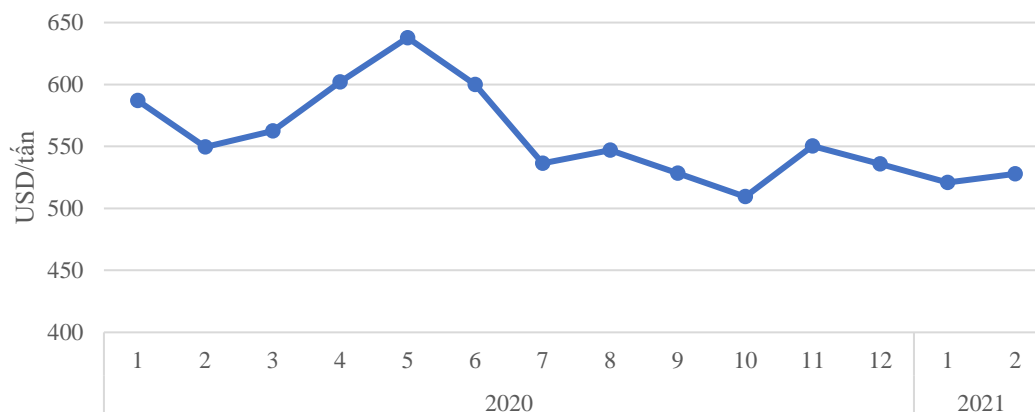
Hình 1: Khối lượng và giá trị xuất khẩu gạo sang Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

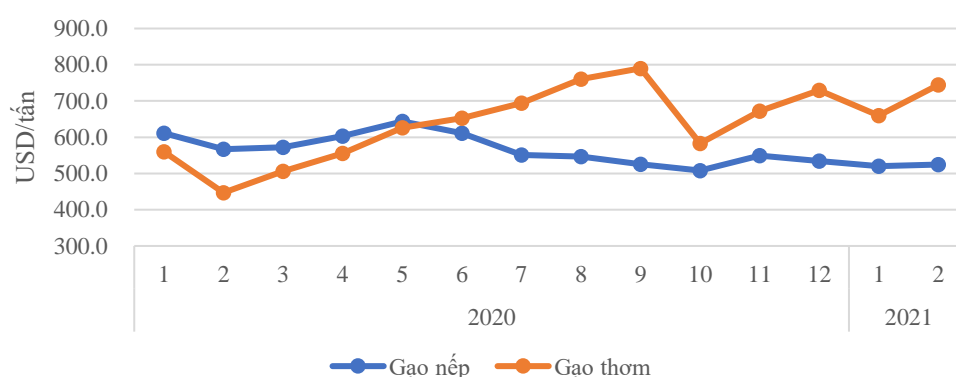
Trong tháng 02/2021, gạo nếp tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 96,7 nghìn tấn, trị giá 50,7 triệu USD (chiếm 95,4% về khối lượng và 94,7% về giá trị); so với tháng 02/2020, xuất khẩu gạo nếp sang Trung Quốc đã tăng 120,6% về khối lượng và 104,8% về giá trị.

Giá xuất khẩu gạo trung bình sang thị trường Trung Quốc tháng 02/2021 đạt 527,9 USD/tấn, tăng 1,3% so với tháng 01/2021 nhưng giảm 4,0% so với cùng kỳ năm 2020.

Hình 2: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường Trung Quốc

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá các loại gạo chính xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc đều có xu hướng tăng lên trong tháng. Giá xuất khẩu gạo nếp tháng 02/2021 đạt trung bình 524,7 USD/tấn, tăng 0,9% so với tháng 01/2021 nhưng giảm 7,4% so với cùng kỳ năm ngoái. Giá gạo thơm đạt 744,1 USD/tấn, tăng 12,7% so với tháng 01/2021 và 66,5% so với cùng kỳ năm ngoái.

Hình 3: Giá xuất khẩu gạo nếp và gạo thơm sang thị trường Trung Quốc

Nguồn: Tổng cục Hải quan

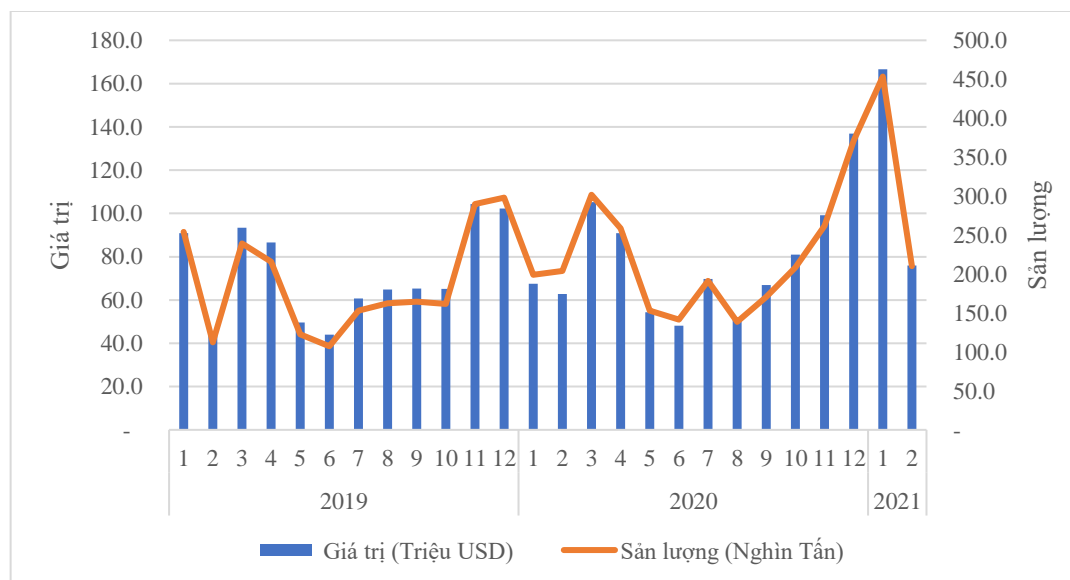
Trong tháng 02/2021, top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH Dương Vũ, Công ty TNHH Tân Thạnh An và Công ty CP Thương mại Đầu tư Tín Thương. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt là 18,2%, 17,6% và 10,9% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc trong tháng 02/2021. So với cùng kỳ năm 2020, Công ty TNHH Dương Vũ tăng 3,8%, Công ty CP Thương mại Đầu tư Tín Thương tăng 74,8%, còn Công ty TNHH Tân Thạnh An không xuất khẩu sang thị trường này trong tháng 02/2020 nhưng có xuất khẩu trong tháng 02/2021.

2. SẢN VÀ SẢN PHẨM TỪ SẢN

Trong 10 ngày giữa tháng 3/2021, giá tinh bột sản thành phẩm xuất khẩu có xu hướng giảm do nhu cầu mua từ Trung Quốc thấp. Giá sản nội vùng khu vực miền Trung, Tây Nguyên giảm do người dân đẩy mạnh thu hoạch sản nên nguồn cung sản về các nhà máy tăng và giá xuất khẩu có xu hướng giảm. Theo Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Yên Bái, sản lượng sản và các sản phẩm từ sản xuất khẩu năm 2020 của tỉnh đạt khoảng 7.200 tấn, với trị giá gần 3 triệu USD. Sản phẩm tinh bột sản xuất khẩu của các doanh nghiệp trong tỉnh chủ yếu tiêu thụ trong nước và xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc. Ngoài sản phẩm tinh bột sản, còn có khoảng 200 cơ sở sản xuất sản lát khô, sản lượng năm 2020 đạt khoảng 45.000 tấn. Giai đoạn 2021 - 2025, tỉnh Yên Bái phấn đấu ổn định diện tích sản ở mức 8.700 ha, sản lượng 171.000 tấn.

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 2/2021, xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản sang Trung Quốc đạt 210,1 nghìn tấn, trị giá 75,9 triệu USD, giảm 53,7% về khối lượng và 54,4% về giá trị so với tháng 1/2021, và tăng 3,0% về khối lượng và 20,9% về giá trị so với cùng kỳ 2020. Tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong 2 tháng đầu năm 2021 đạt 662,3 nghìn tấn, trị giá 241,9 triệu USD, tăng 64,6% về khối lượng và 86,0% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020.

Hình 4: Khối lượng và giá trị xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản sang Trung Quốc

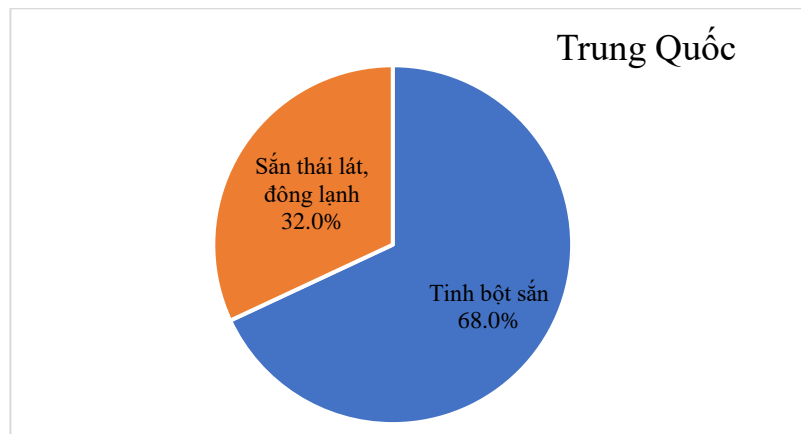


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về cơ cấu, thị trường Trung Quốc chiếm 96,0% về khối lượng và 95,0% về giá trị xuất khẩu sản của Việt Nam trong tháng 2 năm 2021. Trong đó, giá trị xuất khẩu

tinh bột sắn chiếm 68,0% tổng giá trị xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc; sắn lát, đông lạnh chiếm 32,0%.

Hình 5: Cơ cấu xuất khẩu sắn sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 2/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công ty CP Nông sản Thực phẩm Quảng Ngãi, Công ty TNHH Thương mại Hồng Nga Sài Gòn, Công ty TNHH MTV Thương mại Trung Nam Hải với tỷ trọng xuất khẩu lần lượt là 10,3%; 10,1% và 4,7%.

3. RAU QUẢ

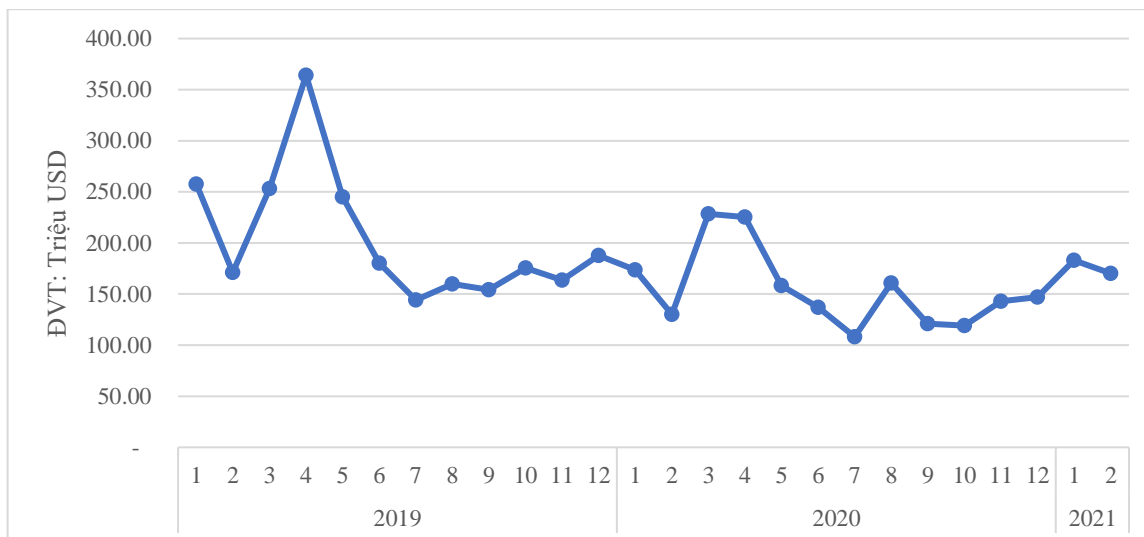
Theo thông tin từ Tổng cục Hải Quan Trung Quốc, lô quả anh đào tươi đầu tiên từ thị trấn Đắc Lợi (Deli), Đại Liên đã được thông quan và xuất khẩu thành công sang Malaysia vào ngày 17/3/2021. Điều này không chỉ là bước khởi đầu trong xuất khẩu anh đào Đại Liên năm 2021 mà còn đánh dấu lần đầu tiên anh đào Đại Liên mở cửa thị trường Malaysia.

Thông qua việc thúc đẩy cạnh tranh trong nhà kính, thời gian đưa ra thị trường anh đào Đại Liên năm nay sớm hơn một tháng, và thời gian hái đã được kéo dài đến 7 tháng. Năm 2021, thời gian xuất khẩu anh đào Đại Liên được đẩy sớm lên vào tháng 3, thời điểm mà mùa anh đào ở Nam bán cầu đã kết thúc, và mùa anh đào ở Bắc bán cầu như Thổ Nhĩ Kỳ, Hoa Kỳ, Uzbekistan,... vẫn chưa chín. Anh đào Đại Liên được đưa ra thị trường quốc tế vào thời điểm này dự kiến sẽ giành được nhiều ưu thế.

Giá một số sản phẩm rau tại Trung Quốc có xu hướng biến động: giá tỏi xuất khẩu của Trung Quốc tháng 3 giảm 1/3 so với thời điểm này năm ngoái. Lý do giảm giá này liên quan đến khối lượng dự trữ và các kênh bán lẻ. Vụ tỏi mới ở Vân Nam hầu như không có tác động gì đến thị trường tỏi Trung Quốc; giá chanh Trung Quốc năm 2020/21 tăng so với năm trước do sản lượng sụt giảm. Sản lượng chanh của Trùng Khánh giảm khoảng 30%, khiến giá chanh tại Trung Quốc năm nay cũng tăng khoảng 30 – 35%. Trung Quốc trồng chanh chủ yếu ở các vùng Trùng Khánh và Tứ Xuyên. Dịch Covid-19 bùng phát từ đầu năm 2020 đã gây khó khăn cho việc nhập khẩu trái cây vào Trung Quốc, trong đó có chanh. Dịch bệnh cũng làm tăng chi phí vận chuyển, đẩy giá chanh cả nhập khẩu và xuất khẩu đều tăng theo.

Giá trị xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc tháng 2 năm 2021 đạt 170,2 triệu USD, chiếm 66,8% tổng giá trị xuất khẩu, giảm 7,0% so với tháng trước (đạt 182,9 triệu USD) và tăng 30,7% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 130,2 triệu USD). Tính chung hai tháng đầu năm 2021, giá trị xuất khẩu rau quả sang Trung Quốc đạt 352,8 triệu USD, tăng 17,5% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 300,4 triệu USD).

Hình 6: Giá trị xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc

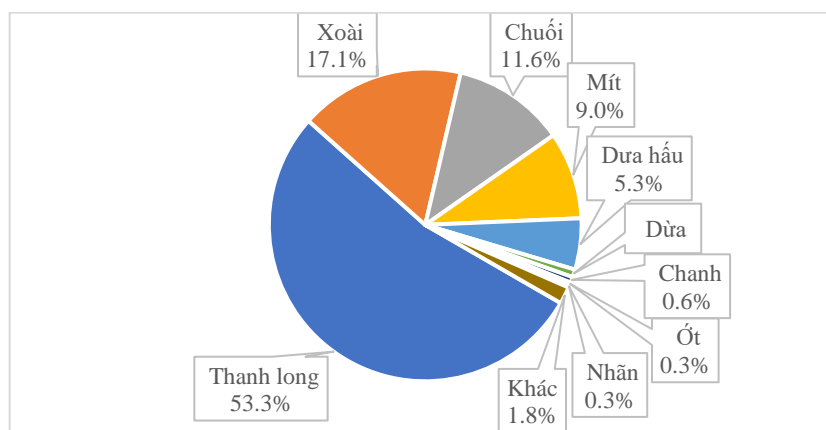


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Trung Quốc tháng 2 năm 2021, mặt hàng rau quả tươi, khô, đông lạnh, sơ chế đạt 164,7 triệu USD (chiếm 96,8% thị phần, tăng 30,5% so với cùng kỳ năm 2020) và rau quả chế biến đạt 5,4 triệu USD (chiếm 3,2%, tăng 38,1%). So sánh với cùng kỳ năm 2020, mặt hàng trái cây đông lạnh, sấy khô, dẻo (mã HS.2008) đạt 3,2 triệu USD, tăng 7,7%; nước ép, nước cốt trái cây (mã HS.2009) đạt 1,3 triệu USD, tăng 195,8%; mứt rau, quả (mã HS.2006) đạt 758,6 nghìn USD, tăng 209,6%; ...

Trong tháng 2 năm 2021, các mặt hàng rau quả có giá trị xuất khẩu cao nhất bao gồm thanh long đạt 90,6 triệu USD (chiếm 53,3% tổng giá trị xuất khẩu rau quả sang thị trường này, tăng 3,1% so với cùng kỳ năm 2020); xoài đạt 29 triệu USD (chiếm 17,1%, tăng 245,0%); chuối đạt 19,8 triệu USD (chiếm 11,6%, tăng 29%), mít đạt 15,4 triệu USD (chiếm 9%, tăng 91,2%), dưa hấu đạt 9 triệu USD (chiếm 5,3%, tăng 197,3%); ...

Hình 7: Cơ cấu các loại rau quả chính xuất khẩu sang Trung Quốc tháng 2/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá trị nhập khẩu rau quả từ thị trường Trung Quốc tháng 2 năm 2021 đạt 32,6 triệu USD, chiếm 34,3% tổng giá trị nhập khẩu, tăng 100,2% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 16,3 triệu USD). Giá trị nhập khẩu rau quả từ Trung Quốc trong hai tháng đầu năm 2021 đạt 77,9 triệu USD, tăng 74,2% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 44,7 triệu USD). Trong tháng 2/2020, sản phẩm rau quả Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường này là nấm các loại đạt 10,5 triệu USD (chiếm 32,1%, tăng 111,9% so với cùng kỳ năm trước); quýt đạt 4,2 triệu USD (chiếm 12,7%, cao gấp 6 lần); lê đạt 3,4 triệu USD (chiếm 10,5%, cao gấp 7 lần); táo đạt 2,4 triệu USD (chiếm 7,3%, tăng 244,4%); ...

Trong tháng 2/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH Xuất khẩu Vạn Phát, Công ty TNHH XNK Yuelaimei và Công ty TNHH TM XNK Lương Thành với tỷ trọng xuất khẩu lần lượt là 4,4%; 3,7% và 2,2%. So sánh với cùng kỳ năm ngoái, kim ngạch xuất khẩu của Công ty TNHH Xuất khẩu Vạn Phát tăng 23,3%, Công ty TNHH XNK Yuelaimei tăng 209,5%. Trong khi đó Công ty TNHH TM XNK Lương Thành không xuất khẩu trong tháng 2/2020 nhưng đã đẩy mạnh được xuất khẩu trong tháng 2/2021.

4. CÀ PHÊ

Thị trường cà phê hòa tan ở Trung Quốc dự kiến sẽ đạt giá trị trên 4,8 tỷ USD vào cuối năm 2021. Xu hướng này được thúc đẩy bởi sự phổ biến của các loại trà sữa uống liền; Trung Quốc chiếm 92% doanh số bán chè hòa tan của khu vực Châu Á Thái Bình Dương. (Vào năm 2013, 54% tổng số cà phê bán lẻ trong nước là cà phê hòa tan có hương vị hoặc có đường). Khoảng 90% người tiêu dùng cà phê hòa tan đặc biệt trẻ là những người trẻ trong độ tuổi từ 18 đến 35 tuổi. Ước tính từ Phòng Thương mại Trung Quốc trực tiếp dự đoán rằng 75% doanh số bán hàng trong lĩnh vực cà phê Trung Quốc sẽ là tiêu dùng ngoài gia đình vào năm 2023. Người tiêu dùng sẽ bắt đầu xem cà phê là một trải nghiệm hơn là chỉ là một loại đồ uống - giống như trong các nước tiêu thụ lớn khác. Và mặc dù khả năng chi trả là ưu tiên của hầu hết người tiêu dùng, các nhà rang xay Trung Quốc cũng ngày càng quan tâm hơn đến các loại cà phê đắt hơn, hiếm hơn. Đặt hàng qua điện thoại của họ và thương mại điện tử vẫn là cách mua cà phê số một ở nước này.

Kể từ ngày 01/01/2021 cũng đánh dấu sự khởi đầu của kế hoạch giảm thiểu ô nhiễm nhựa của Trung Quốc bằng cách cấm đồ nhựa sử dụng một lần. Kế hoạch được công bố vào tháng 1 năm 2020 và nêu chi tiết các bước để giảm ô nhiễm nhựa từ năm 2020 đến năm 2025, với mục tiêu là túi nhựa và ống hút trong giai đoạn 1. Tại tất cả các cửa hàng Starbucks ở Trung Quốc, ống hút nhựa cũng đã được thay thế và có thể giúp công ty giảm 200 tấn sử dụng nhựa mỗi năm.

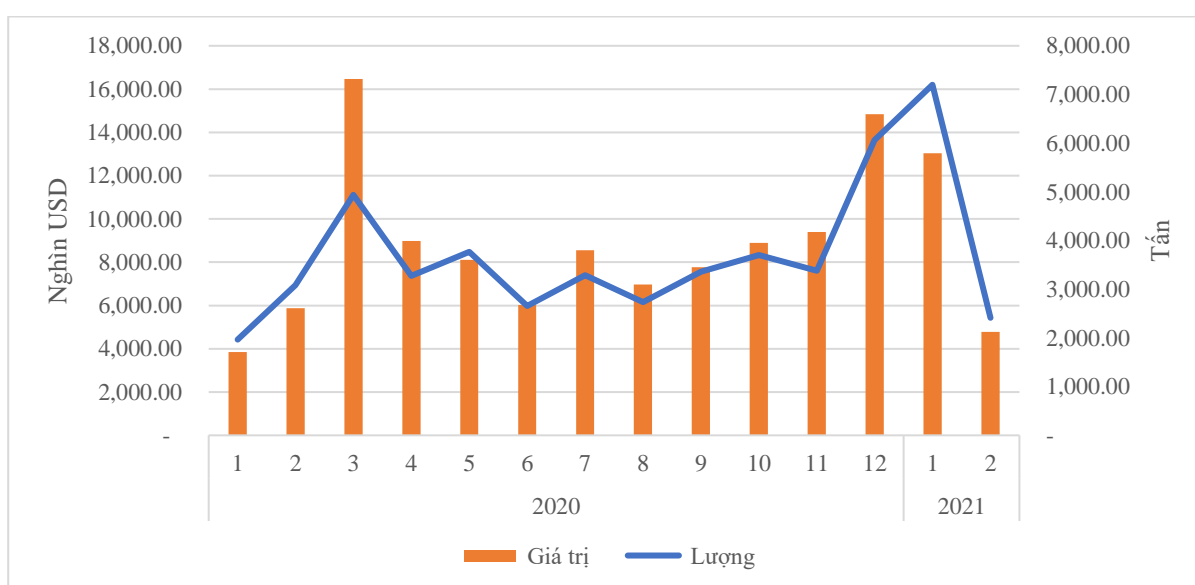
Starbucks có kế hoạch bắt đầu thử nghiệm Cold Pressed Espresso tại một số quán cà phê vào cuối năm nay khi người tiêu dùng ngày càng ưa thích đồ uống lạnh vì cảm giác thích thú với caffeine. Trong ba năm gần đây, người tiêu dùng đã chi hơn 1 tỷ USD cho đồ uống lạnh của Starbucks. Hơn 50% đồ uống bán tại Starbucks là đồ uống lạnh. Dự báo sau khi đại dịch lắng xuống, người tiêu dùng sẽ tìm kiếm tương tác xã hội nhiều hơn, điều này sẽ khiến họ quay trở lại quán cà phê Starbucks để mua đồ uống lạnh của họ. Nhưng họ cũng có thể sẽ vẫn sử dụng drive through (mua hàng khi lái xe qua) hoặc đặt hàng qua điện thoại di động để mua cà phê. Công ty cũng đang chuẩn bị mở một trong những nhà máy rang bèn vững đầu tiên ở Trung Quốc vào năm tới với vốn đầu tư 150 triệu USD, dự án là khoản đầu tư lớn nhất của công ty bên ngoài Hoa Kỳ và đầu tiên ở châu Á.

Cổ phiếu của Starbucks đã tăng 86% so với năm ngoái, mang lại giá trị thị trường là 129 tỷ USD. Trong khi doanh thu của công ty bị ảnh hưởng bởi đại dịch, sự phục hồi của nó ở Mỹ và Trung Quốc đang diễn ra nhanh hơn dự kiến. Quý tới, Starbucks dự báo tăng trưởng doanh số bán hàng tại các cửa hàng tương tự ở Mỹ từ

5% đến 10% và doanh số bán hàng tại các cửa hàng tương tự của Trung Quốc dự kiến sẽ tăng gần gấp đôi.

Trung Quốc là quốc gia nhập khẩu cà phê đứng thứ 13 của Việt Nam, chiếm khoảng 2,7% tổng lượng xuất khẩu cà phê của Việt Nam. Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Trung Quốc tháng 2/2021 giảm mạnh so với tháng trước cả về lượng và giá trị, Việt Nam chỉ xuất khẩu được 2,4 nghìn tấn, trị giá 4,8 triệu USD, giảm 66,5% về khối lượng và giảm 63% về giá trị so với tháng 01/2021. So với cùng kỳ tháng 2/2020, xuất khẩu giảm 21,8% về khối lượng và giảm 18,5 về giá trị.

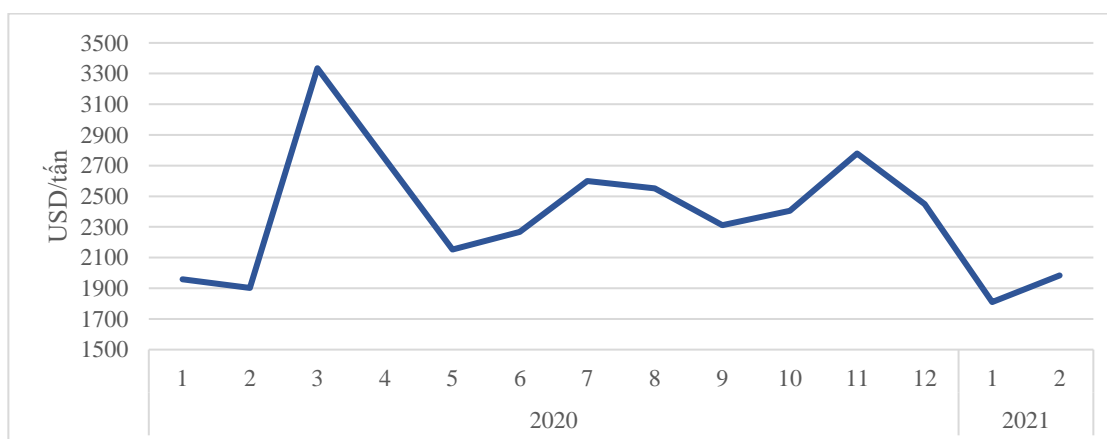
Hình 8: Khối lượng và giá trị cà phê xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tháng 02/2021, giá cà phê xuất khẩu bình quân sang thị trường Trung Quốc là 1.984 USD/tấn, tăng 9,6% so với tháng 1/2021 và tăng 4,3% so với cùng kỳ tháng 2/2020.

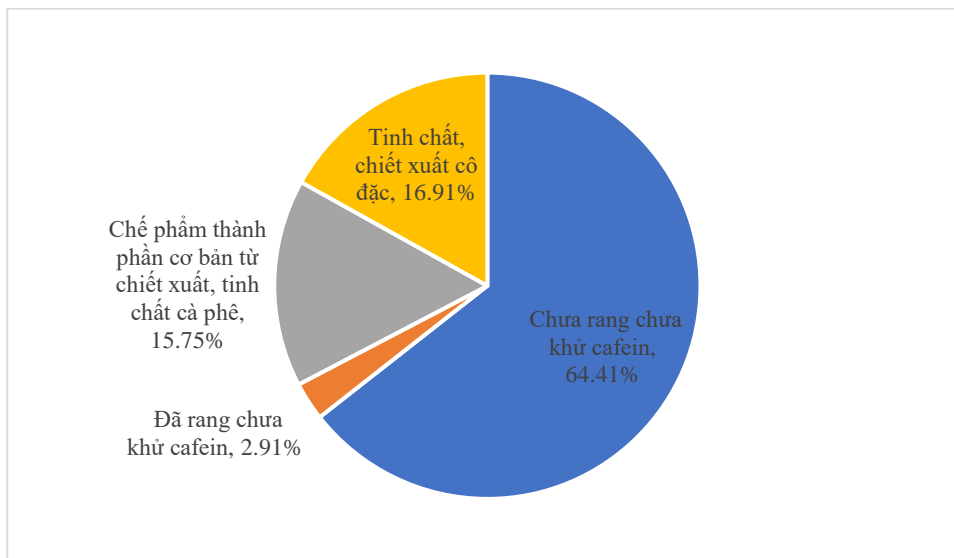
Hình 9: Giá cà phê xuất khẩu bình quân sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về cơ cấu sản phẩm, cà phê nhân chiếm tỷ trọng 65%, cà phê hòa tan, chế biến chiếm 34,7%, cụ thể: cà phê nhân thô chưa rang, chưa khử caffein (mã HS 090111) xuất khẩu trong tháng 02/2020 đạt 3,8 triệu USD chiếm 64% tổng giá trị xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc, giảm 15% so với cùng kỳ. Cà phê đã rang, chưa khử caffein đạt 139 nghìn USD, chiếm 2,91% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 50% so với cùng kỳ, cà phê hòa tan, chiết xuất cô đặc (Mã HS 2101) đạt 1,5 triệu USD chiếm 32% tổng xuất khẩu, giảm 27% so với cùng kỳ.

Hình 10: Cơ cấu xuất khẩu cà phê sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: tổng cục Hải quan

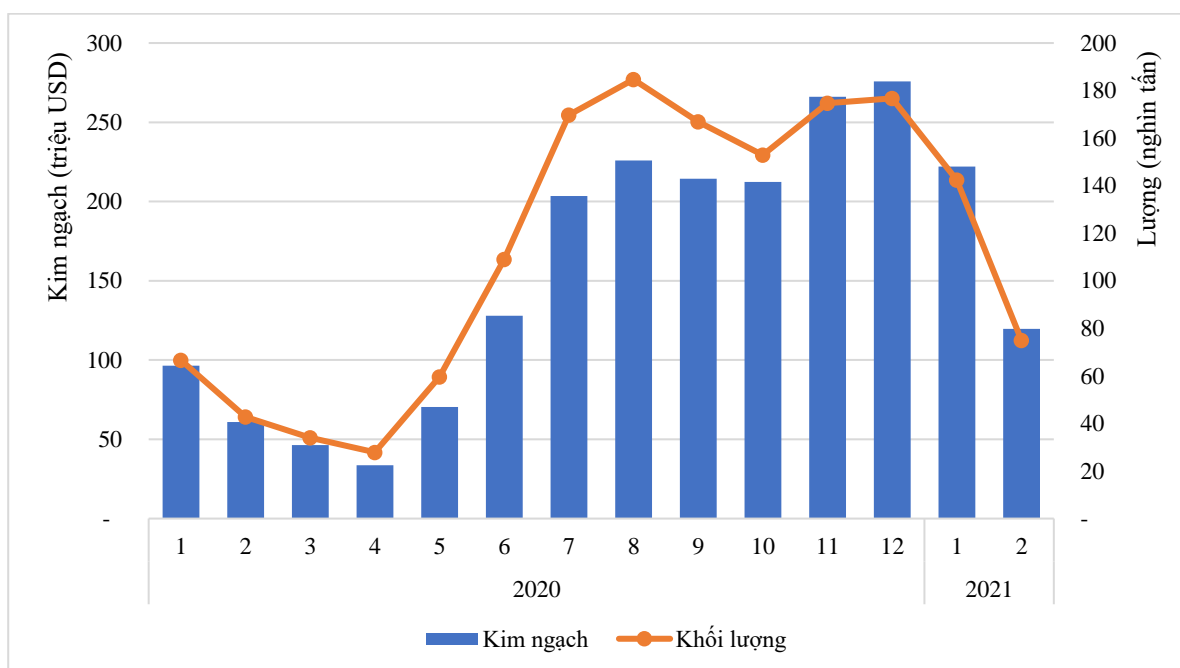
Trong tháng 2/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là: Công ty TNHH COFCO International Việt Nam, Chi nhánh Công ty CP Tập đoàn Trung Nguyên - Nhà máy cà phê Sài Gòn, Công ty TNHH Olam Việt Nam, thị phần lần lượt là: 35,17%, 13,6%, 7,3%.

5. CAO SU

Theo thống kê của Tổng cục Hải quan Trung Quốc, hai tháng đầu năm 2021 nhập khẩu cao su tự nhiên và tổng hợp của Trung Quốc đạt 1,08 triệu tấn, trị giá 18,08 tỷ USD, tăng 2,3% về lượng và tăng 13,3% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020.

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 02/2021, xuất khẩu cao su sang thị trường Trung Quốc ước đạt 75,0 nghìn tấn với trị giá 119,8 triệu USD, giảm 47,4% về khối lượng và 46,1% về giá trị so tháng trước, nhưng tăng 75,6% về khối lượng và 96,9% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

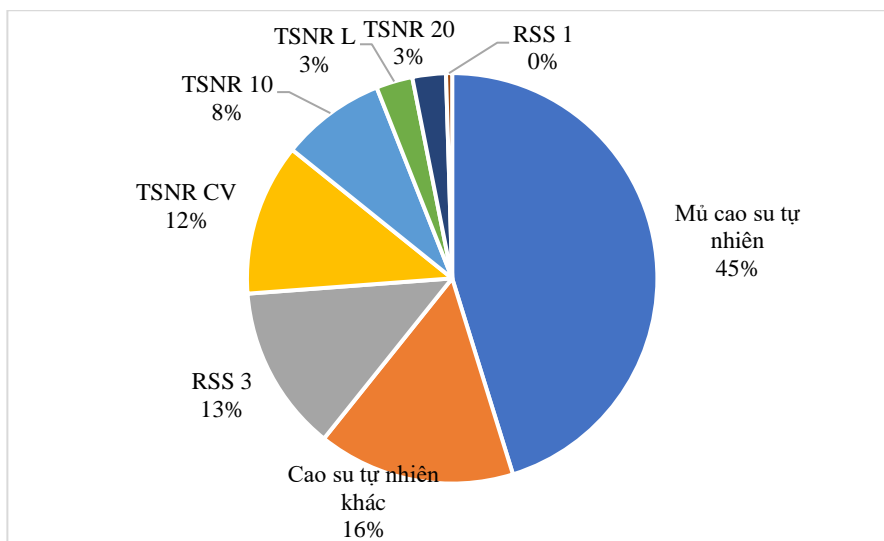
Hình 11: Khối lượng và giá trị xuất khẩu cao su sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 02/2021, mủ cao su tự nhiên là chủng loại cao su tự nhiên (mã HS 4001) có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Trung Quốc đạt 7,4 triệu USD, chiếm 45,2% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là tấm cao su xông khói RSS 3 với kim ngạch 2,2 triệu USD, chiếm 13,1% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là cao su đã định chuẩn kỹ thuật TSNR CV và TSNR 10, chiếm lần lượt 12,0% và 8,2% tổng giá trị xuất khẩu sang Trung Quốc.

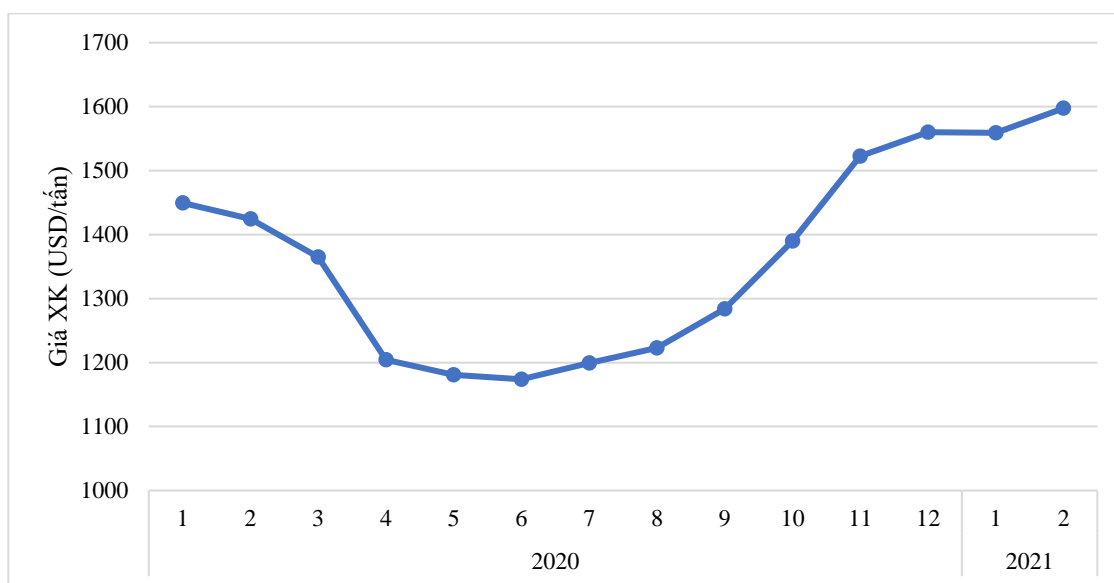
Hình 12: Chủng loại cao su tự nhiên (mã HS 4001) xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc theo kim ngạch tháng 02/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá cao su xuất khẩu trung bình sang thị trường Trung Quốc tăng nhẹ trong tháng 02/2021 đạt mức 1.597 USD/tấn, tăng 2,5% so với tháng trước và tăng 12,1% so với cùng kỳ 2020.

Hình 13: Giá cao su tự nhiên xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc



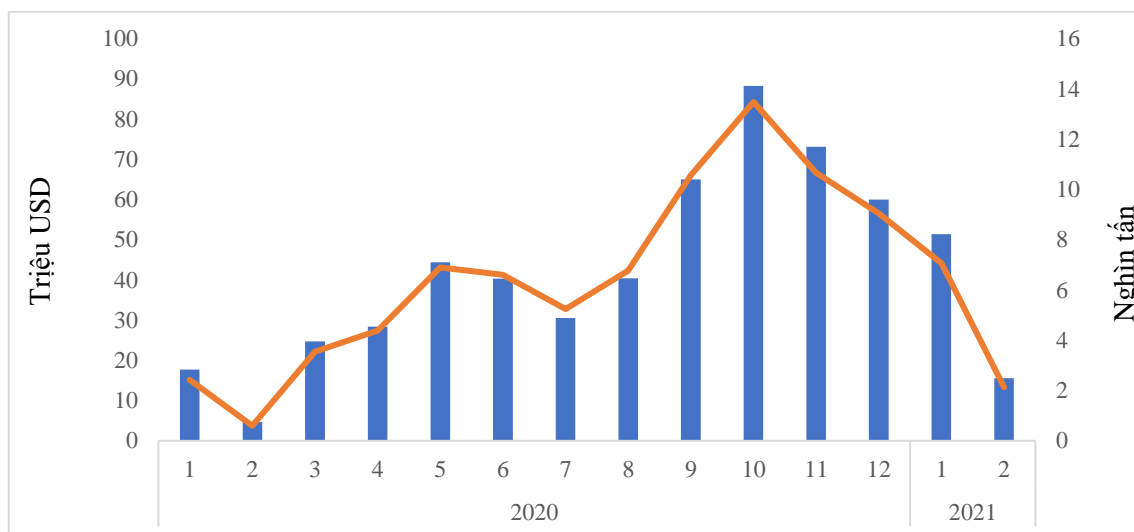
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 02/2021, top 3 công ty xuất khẩu cao su sang thị trường Hoa Kỳ là Công ty Cổ phần Xuất nhập khẩu tổng hợp Bình Phước, Công ty TNHH Vạn Lợi, Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Vạn Năng. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt 19,8%, 17,1% và 7,5% tổng kim ngạch cao su xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ trong tháng 02/2021.

6. HẠT ĐIỀU

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 2/2021, Việt Nam xuất khẩu điều sang thị trường Trung Quốc đạt 2,14 nghìn tấn, trị giá 15,53 triệu USD, tăng 258,3% về khối lượng và 235,6% về giá trị so với cùng kỳ năm trước. Tuy nhiên, so với tháng trước xuất khẩu điều sang thị trường này giảm mạnh, giảm tới 69,7% về khối lượng và giá trị so với tháng 1/2021.

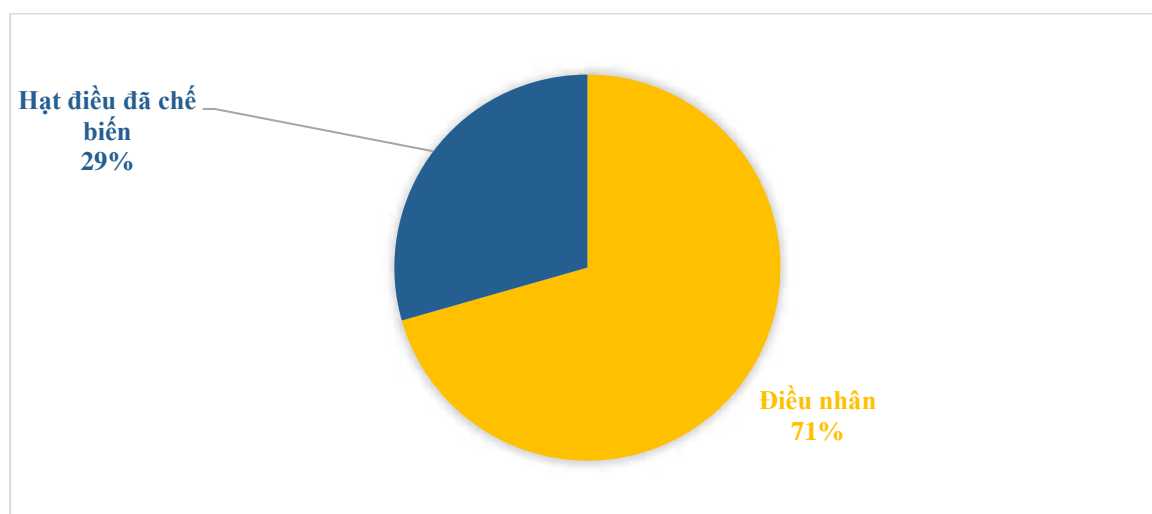
Hình 14: Khối lượng và giá trị xuất khẩu điều sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 1/2021, điều nhân xuất khẩu sang thị trường này đạt 10,82 triệu USD chiếm 70,6%. Tiếp đến là hạt điều đã chế biến đạt 4,51 triệu USD chiếm 29,4%

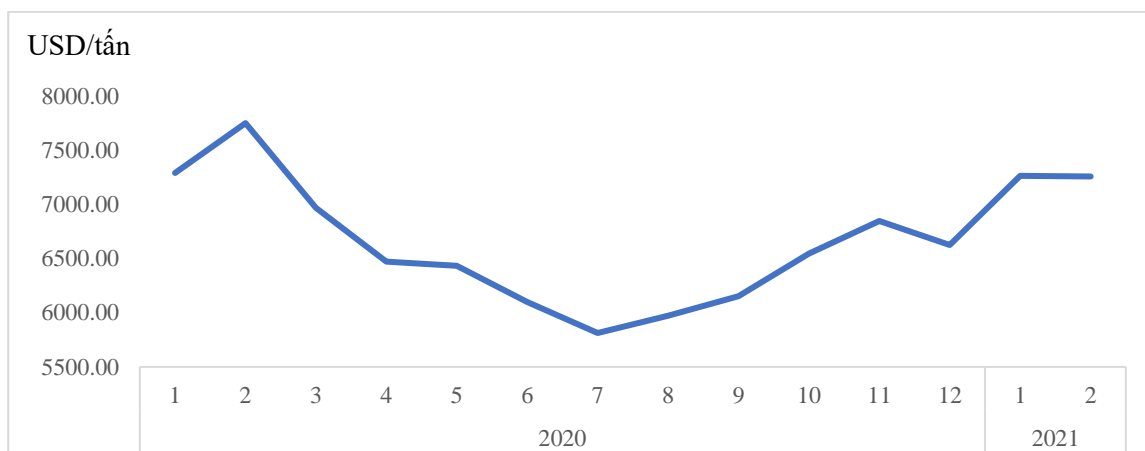
Hình 15: Cơ cấu hạt điều xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc tháng 2/2021



Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan

Giá xuất khẩu điều nhân trung bình sang thị trường Trung có xu hướng giảm trở lại. Cụ thể, giá xuất khẩu điều bình quân sang thị trường này tháng 2/2021 đạt 7,3 nghìn USD/tấn, giảm 0,1% so với tháng trước và 6,3% so với cùng kỳ năm trước.

Hình 16: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tháng 2/2021, 3 công ty xuất khẩu điều lớn nhất sang thị trường này bao gồm: Công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu GOLDEN SUN chiếm 20,4% tổng giá trị xuất khẩu điều sang thị trường này; Công ty TNHH Duy Đức chiếm 7,67% và Công ty TNHH Thảo Nguyên chiếm 5,49%.

Xuất khẩu điều sang thị trường Trung Quốc sẽ có chuyển biến tích cực hơn trong thời gian tới do nhu cầu tiêu thụ điều sẽ tăng dần trở lại sau thời gian tết Nguyên đán, và chi phí vận tải đang có xu hướng giảm dần.

7. THỊT VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ THỊT

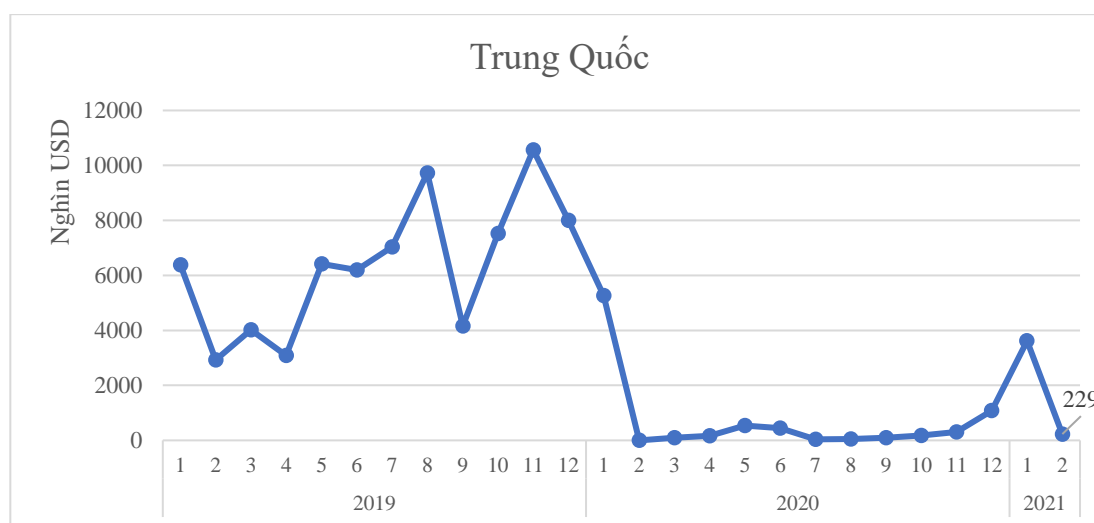
Theo dự báo của Rabobank, sản lượng thịt lợn Trung Quốc sẽ tăng trong năm 2021, bất chấp quy mô chăn nuôi giảm thời gian gần đây. Mặc dù diễn biến lây lan dịch tả lợn trong mùa đông vừa qua, càng khiến tình hình cung – cầu thịt lợn tại Trung Quốc thêm phức tạp. Báo cáo của Rabobank cho biết quy mô đàn lợn nái của Trung Quốc giảm trong giai đoạn từ tháng 12/2020 – 2/2021, với mức giảm 3 – 5% mỗi tháng. Tuy nhiên, tác động của dịch tả lợn lên sản xuất thịt lợn nói chung đã giảm bớt so với năm 2019 và đầu năm 2020, quy mô đàn lợn nái hiện nay của nước này vẫn cao hơn 10 – 15% so với 1 năm trước. Các nhà phân tích dự báo rằng sản lượng thịt lợn của Trung Quốc sẽ tăng 8 – 10% trong năm 2021.

Theo thông báo từ Trung tâm Quản lý Dự trữ Hàng hóa Trung Quốc, nước này đã bán ra vài đợt thịt lợn đông lạnh từ kho dự trữ chính phủ từ đầu năm 2021 đến nay, đặc biệt là trong dịp Tết Nguyên đán – thời gian cao điểm tiêu thụ thịt tại nước này. Ước tính đến đầu tháng 3/2021, đã có khoảng 200.000 tấn đã được bán ra.

Trong nửa cuối tháng 3, giá lợn con tại thị trường Trung Quốc tăng mạnh, từ khi lo ngại về các chủng virus mới lây lan mạnh từ tháng 12 năm ngoái. Cụ thể, hiện giá lợn con đã tăng tới hơn 15%, đạt mức 93,2 nhân dân tệ (14,30 USD) cho mỗi kg, cao hơn 20 nhân dân tệ/kg so với những tháng trước khi xảy ra dịch bệnh. Ngoài ra các hợp đồng giao dịch tương lai thịt lợn hơi tại sàn Đại Liên kể từ tháng Giêng đến nay cũng tăng theo khiến các nhà đầu tư đang đặt cược vào xu hướng tương lai, bất chấp giá thịt bán buôn kể từ đầu năm đến nay đã giảm tương đối 8% xuống còn 47,46 nhân dân tệ/kg, do người chăn nuôi tranh thủ xuất bán vì sợ chủng virus mới. Bộ Nông nghiệp Trung Quốc sau đó liên tục cảnh báo về những rủi ro của việc sử dụng các loại vacxin chưa được cấp phép.

Tình hình xuất khẩu thịt và sản phẩm trong tháng 2/2021 của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc sau khi mạnh vào tháng 1/2021, thì lại giảm 93,7% về mức cuối năm 2020, chỉ còn 223 nghìn USD, chiếm 3,3% tổng giá trị xuất khẩu thịt trong tháng 2 của Việt Nam. Sản phẩm xuất khẩu chủ yếu là chân gà chao và chân gà rút xương. Đồng thời, tháng 2, chỉ còn có 3 doanh nghiệp tham gia hoạt động xuất khẩu sản phẩm từ thịt, chăn nuôi sang thị trường Trung Quốc, trong đó gồm công ty TNHH Công Ty Tôi; công ty Cổ phần Hoàng Thái và công ty TNHH Thành Trung.

Hình 17: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu, tổng giá trị nhập khẩu các sản phẩm thịt từ thị trường Trung Quốc của Việt Nam trong tháng 2/2021 đạt 262,7 nghìn USD, giảm 72,1% so với tháng trước, và tăng 64,1% cùng kỳ năm 2020. Sản phẩm nhập khẩu chủ yếu là ba ba sống.

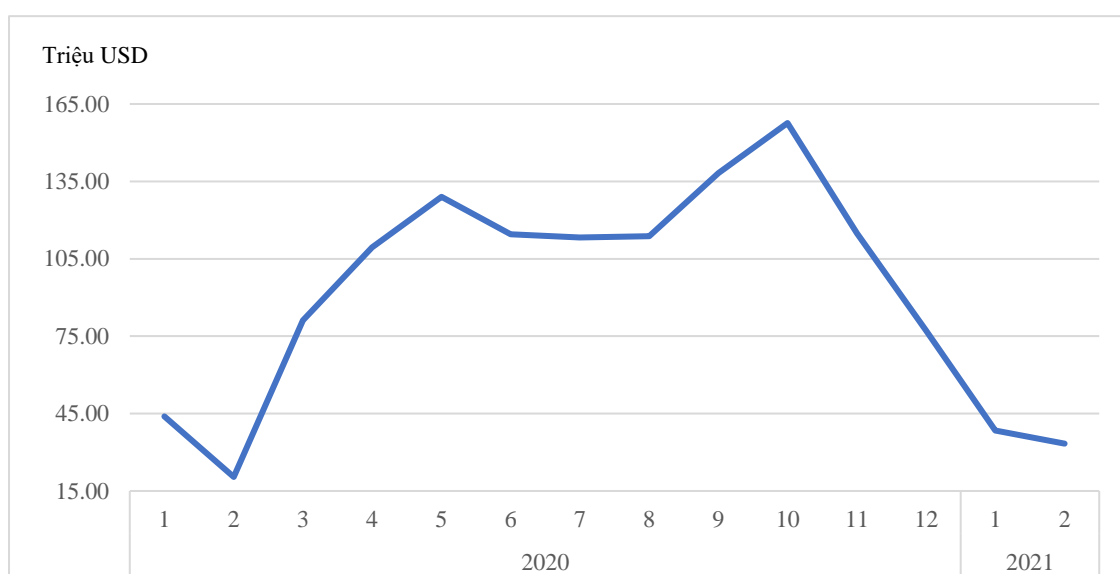
8. THỦY SẢN

Năm 2020, do tác động của dịch Covid-19, nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc giảm 20% so với năm 2019, xuống còn 12,7 tỷ USD; xuất khẩu thủy sản cũng giảm 8%, xuống còn 18,3 tỷ USD. Theo Hiệp hội Chế biến và kinh doanh thủy sản Trung Quốc (CAPPMA), nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc khó trở lại mức cao như năm 2019.

Theo thống kê từ Tổng cục Hải quan Trung Quốc, 2.109 lô thực phẩm nhập khẩu đã bị từ chối từ tháng 1/2020 đến tháng 1/2021. Trong tổng số này, 22% là thủy sản và các sản phẩm chế biến kèm theo (467 lô), tiếp theo là đồ uống, thịt và các sản phẩm từ thịt và gia vị. Riêng tôm thẻ chân trắng đông lạnh là 211 lô, chủ yếu từ Ecuador và Peru. Ngoài ra có 55 lô tôm sú đông lạnh của Việt Nam và 7 lô tôm nước lạnh từ Greenland bị từ chối nhập khẩu vào Trung Quốc.

Theo Tổng cục Hải quan, xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc tháng 2/2021 đạt 33,31 triệu USD, tăng 63% so với cùng kỳ năm trước và giảm 13,3% so với tháng 1/2021. Xuất khẩu thủy sản sang thị trường này 2 tháng đầu năm đạt 71,19 triệu USD tăng 15,89% so với cùng kỳ năm trước. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn thứ 5 của Việt Nam sau Hoa Kỳ, Nhật Bản, EU, Hàn Quốc và Đông Nam Á chiếm 7,1% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong 2 tháng đầu năm 2021. Tôm và cá da trơn là 2 mặt hàng xuất khẩu chính: tôm chiếm 34,29%; Cá da trơn chiếm 32,21%.

Hình 18: Giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc

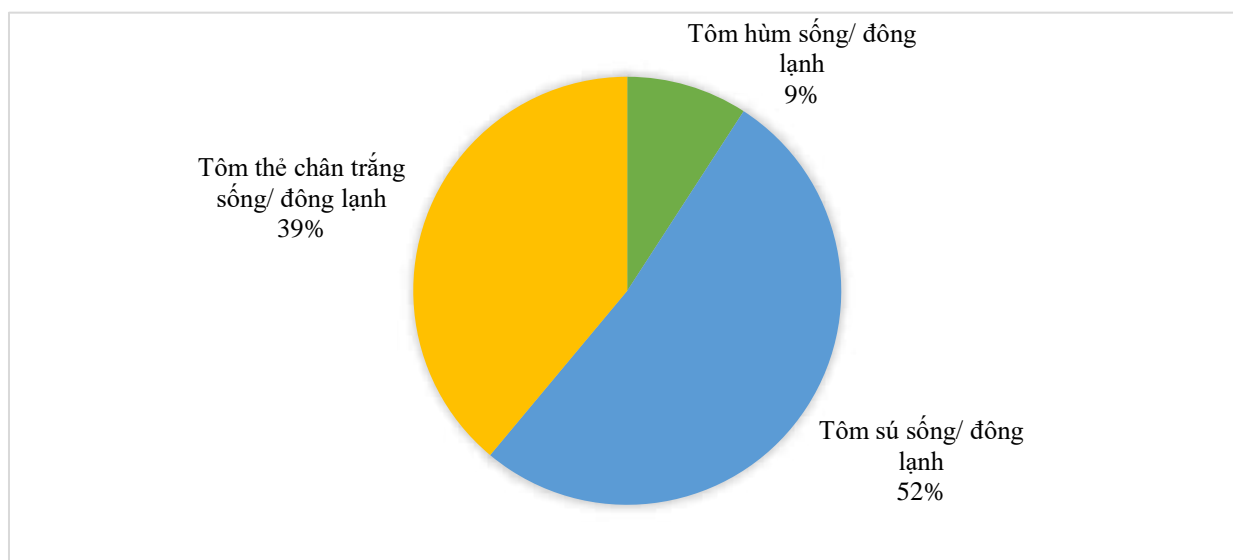


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đối với mặt hàng tôm, giá trị xuất khẩu tôm tháng 2 năm 2021 đạt 11,42 triệu USD, giảm 10,1% so với tháng 1/2021. Giá trị xuất khẩu tôm tiếp tục có xu hướng

giảm trong tháng này. Cụ thể, tính riêng tháng 2/2021 giá trị xuất khẩu tôm hùm sống/đông lạnh đạt 0,97 triệu USD giảm 73,1% so với tháng trước; tôm thẻ chân trắng sống/ đông lạnh đạt 4,12 triệu USD, giảm 34,6%, tôm sú sống/đông lạnh đạt 5,49 triệu USD, tăng 172,3%. Tuy nhiên, so với cùng kỳ năm 2020, xuất khẩu tôm sang thị trường này tăng 83,7%.

Hình 19: Cơ cấu xuất khẩu Tôm sang thị trường Trung Quốc tháng 2/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đối với mặt hàng cá da trơn, giá trị xuất khẩu tháng 2/2021 đạt 10,73 triệu USD, tăng 24,9% so với tháng 1/2021 và tăng 37,6% so với cùng kỳ năm 2020. Xuất khẩu cá da trơn sang thị trường này 100% là cá tra trong đó, xuất khẩu cá tra phi lê đạt 7,78 triệu USD, tăng 8,5% so với năm trước; cá tra sống/đông lạnh trừ phi lê đạt 2,95 triệu USD tăng 372,3%, tuy nhiên giảm 25,4% so với tháng trước.

Một số mặt hàng thủy sản khác xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc như sau: Cua ghe đạt 1,79 triệu US, tăng 325,6% so với cùng kỳ năm 2020; Mực và bạch tuộc đạt 1,61 triệu USD, tăng 136,9%; thủy sản khác đạt 7,75 triệu USD tăng 53,8%

Về giá bình quân xuất khẩu một số mặt hàng thủy sản sang thị trường này tháng 2/2021 như sau: cá da trơn đạt 1,78 USD/kg, tăng 2,6% so với cùng kỳ năm trước và tăng 3,9% so với tháng 1/2021. Tôm đạt 9,70 USD/kg, tăng 23,7% so với cùng kỳ năm 2020 và giảm 10,1% so với tháng 1/2021. Cụ thể:

Bảng 1: Giá xuất khẩu trung bình một số sản phẩm thủy sản tháng 2/2021

TT	Sản phẩm	Giá (USD)	So năm trước (%)	So tháng trước (%)
1	Cá da trơn	1,78	2,6%	3,9%
2	Cua, ghẹ	5,10	-42,9%	-25,7%
3	Mực và bạch tuộc	2,49	-46,6%	-18,5%
4	Tôm	9,70	23,7%	-10,1%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

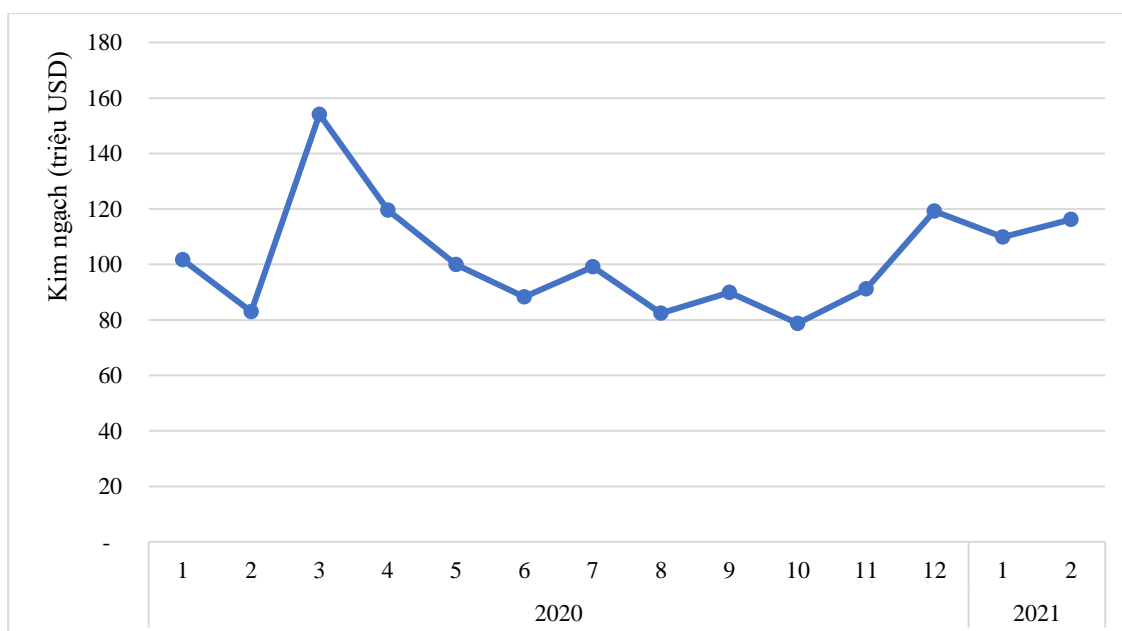
Tháng 2 năm 2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công Ty TNHH Hà Trang chiếm 5,4% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này; Công ty cổ phần Vĩnh Hoàn chiếm 4,6%; Công ty TNHH một thành viên Thịnh Minh Hiền chiếm 4,5%.

9. GỖ VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GỖ

Trong năm 2020, Trung Quốc đã nhập khẩu khoảng 108,02 triệu m³ gỗ, giảm 5% so với cùng kỳ năm 2019. Thị trường cung cấp gỗ chính cho Trung Quốc là Nga, New Zealand và Canada. Tuy nhiên, nguồn cung gỗ của các quốc gia này cũng như của Trung Quốc đã sụt giảm gây ra sự mất cân bằng cung – cầu gỗ của Trung Quốc, làm giá gỗ tại quốc gia này tăng nhanh.

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 02/2021, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Trung Quốc ước đạt 116,2 triệu USD, tăng 5,8% so với tháng trước và tăng mạnh 40,1% so với cùng kỳ năm 2020.

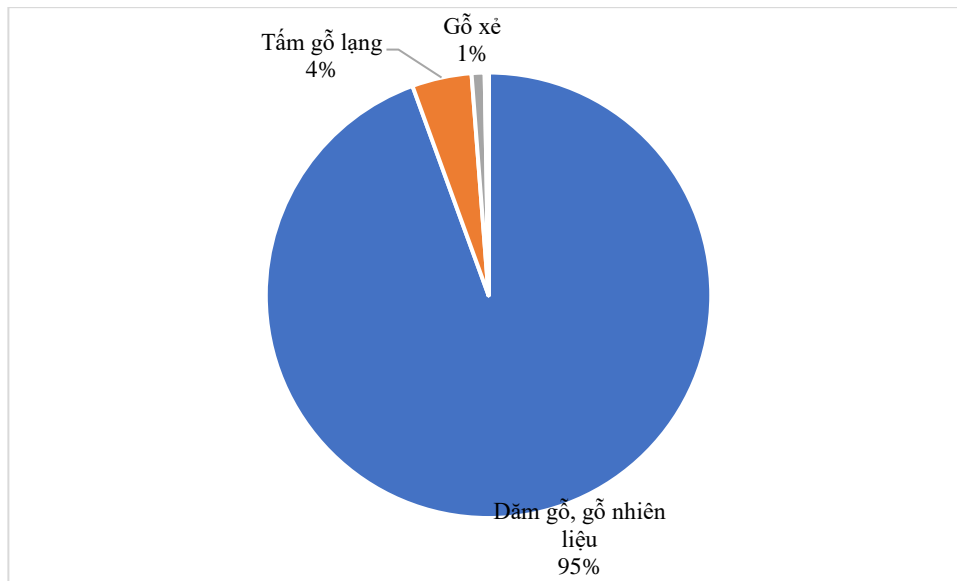
Hình 20: Kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 02/2021, dăm gỗ, gỗ nhiên liệu là chủng loại gỗ và sản phẩm gỗ thuộc nhóm mã HS 44 có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Trung Quốc đạt 107,7 triệu USD, chiếm 94,5% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là tấm gỗ lạng với kim ngạch 4,9 triệu USD, chiếm 4,3% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là gỗ xẻ và gỗ ván, chiếm lần lượt 0,9% và 0,1% tổng giá trị xuất khẩu sang Trung Quốc.

Hình 21: Chứng loại gỗ và sản phẩm gỗ (mã HS 44) xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc theo kim ngạch tháng 02/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 02/2021, top 3 công ty xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH Hào Hưng, Công ty TNHH Thanh Thành Đạt, và Công ty TNHH MTV Hào Hưng Quảng Ngãi. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt là 22,9%, 13,1% và 8,5% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ thuộc nhóm mã HS 44 sang thị trường Trung Quốc trong tháng 02/2021.

NHẬN ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ

1. Gạo

Trong hai tháng đầu năm 2021, Trung Quốc ước tính nhập khẩu khoảng 32,5% gạo từ Pakistan, 28,8% từ Myanmar, 12,4% từ Việt Nam, 11,5% từ Thái Lan, 6,7% từ Ấn Độ, 5,9% từ Campuchia và các nước khác khoảng 2,3%. Điều này cho thấy Việt Nam có vị thế riêng trên thị trường Trung Quốc, đặc biệt là với mặt hàng gạo nếp. Mặc dù Trung Quốc cũng đón Tết Nguyên đán trong tháng 2/2021, nhưng việc nhập khẩu gạo nếp từ Việt Nam vẫn tăng mạnh. Điều này cho thấy nhu cầu của thị trường này cận các dịp lễ tết là hết sức cao, bất chấp việc nghỉ lễ có thể gián đoạn tạm thời hoạt động logistics.

Trong tháng 4/2021 sẽ diễn ra Lễ Thanh minh tại Trung Quốc, dự báo nhu cầu sử dụng gạo nếp sẽ tăng lên, đây cũng là một trong những động lực khiến việc nhập khẩu gạo nếp từ Trung Quốc tăng lên trong thời gian gần đây. Bên cạnh đó do Việt Nam đang thu hoạch vụ Đông Xuân – vụ lúa lớn nhất và có chất lượng tốt nhất năm, nên việc tăng cường nhập khẩu của các doanh nghiệp Trung Quốc là xu hướng tự nhiên. Dự báo xu hướng tăng nhập này có thể tiếp tục tăng cho đến giữa hè 2021 khi thời tiết nóng hơn và nhu cầu ăn gạo nếp có thể giảm nhẹ.

2. Rau quả

Do tình hình dịch Covid-19 vẫn diễn biến phức tạp, Trung Quốc vẫn tiếp tục hành kiểm tra nghiêm ngặt và khử trùng phòng dịch đối với hàng hóa được vận chuyển trong công-ten-nơ thông thường do lo ngại dịch Covid-19 dễ lây lan qua biên giới. Vì vậy, các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh rau quả xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc tăng cường công tác giám sát chất lượng của hàng hóa, tránh vi phạm các quy định của Trung Quốc về tiêu chuẩn chất lượng, kiểm nghiệm kiểm dịch, an toàn thực phẩm, góp phần góp quá trình thông quan diễn ra thuận lợi hơn.

Hiện nay với mức sống của người dân Trung Quốc ngày càng được nâng cao, người tiêu dùng càng đề cao chất lượng, tính an toàn của nông sản, thực phẩm. Để đẩy mạnh xuất khẩu vào thị trường này, các doanh nghiệp cần phải nâng cao chất lượng sản phẩm hàng rau quả và đáp ứng đúng các tiêu chuẩn mà phía Trung Quốc yêu cầu.

3. Cà phê

Theo báo cáo mới nhất của USDA, tiêu thụ nội địa của Thị trường Trung Quốc niên vụ 2020/2021 là khoảng 201 nghìn tấn, tăng 2,92% so với niên vụ 2019/2020, nhập khẩu là khoảng 171 nghìn tấn, giảm 3,72% so với niên vụ trước. Trong khi các

thành phố của Trung Quốc đang trở thành thị trường tiêu thụ cà phê, một số nông dân ở nông thôn Trung Quốc đang tập trung vào sản xuất cà phê với xu hướng phát triển cà phê chất lượng cao hơn. Tiêu thụ cà phê hòa tan đặc biệt ngoài nhà sẽ là xu hướng phát triển trong tương lai gần của Trung Quốc.

4. Cao su

Nhu cầu tiêu thụ cao su của Trung Quốc được dự báo phục hồi nhờ sản xuất tại Trung Quốc đang bước vào giai đoạn tăng trưởng mạnh khi ngành công nghiệp ô tô được dự báo sẽ hồi phục từ quý II/2021.

5. Thủy sản

Xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc sẽ tăng tốc từ tháng 3 do nhu cầu tiêu dùng thủy sản đang có dấu hiệu tăng dần, bên cạnh đó giá thuê container đang có xu hướng giảm tại thời điểm cuối tháng 2. Theo nghiên cứu của mạng lưới World Sea Food ở Thượng Hải, mức tiêu thụ thủy sản của người dân Trung Quốc vẫn đang tăng lên hàng năm, tương ứng với xu hướng tăng cường nhập khẩu và thu nhập cao hơn của người dân. Ước tính, lượng tiêu thụ thủy sản bình quân đầu người ở Trung Quốc trong năm 2020 đạt 35,9 kg, trong khi mức tiêu thụ ở khu vực đô thị bình quân trên đầu người đã vượt quá 40 kg. Dự báo xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Trung Quốc sẽ đạt 490 nghìn tấn, trị giá 1,21 tỷ USD, tăng 6,1% về lượng và tăng 1,4% về trị giá so với năm 2020.

6. Gỗ và các sản phẩm từ gỗ

Các thành viên của Hiệp hội gỗ Trung Quốc cho biết giá gỗ nguyên liệu tăng trong những tháng qua đã tác động tới chi phí sản xuất các sản phẩm gỗ tại Trung Quốc. Nhu cầu các sản phẩm gỗ tại Hoa Kỳ, Canada và EU tăng, khiến cho các nhà cung cấp gỗ nguyên liệu cho Trung Quốc tận dụng thời cơ để tăng giá. Ngoài ra, chi phí kiểm tra và cách ly hàng hóa tại các cảng biển tăng, và tình trạng thiếu hụt container cũng kéo theo chi phí vận chuyển gỗ tăng cao. Dự báo trong những tháng tới, nhu cầu gỗ nguyên liệu của Trung Quốc sẽ tiếp tục tăng.

PHỤ LỤC

Bảng 2: Xuất khẩu NLTS của Việt Nam sang Trung Quốc tháng 2/2021

STT	Sản phẩm	Tháng 2/2021 (USD)	Tăng/giảm so T1/2021	Tăng/giảm so T2/2020	Tỷ trọng
1	Cà phê	4.785.539	-63,3%	24,3%	0,8%
2	Cao su	119.765.797	-46,1%	24,1%	19,8%
3	Chè	701.260	-60,7%	159,9%	0,1%
4	Gạo	53.499.210	77,5%	396,4%	8,8%
5	Gỗ và SP Gỗ	116.247.451	5,8%	14,4%	19,2%
6	Rau quả	170.157.581	-7,0%	-2,0%	28,1%
7	Hàng thủy sản	33.311.680	-13,3%	-24,2%	5,5%
8	Hạt điều	15.533.922	-69,7%	-12,2%	2,6%
9	Mây tre đan	203.367	-68,7%	-58,8%	0,0%
10	SP từ cao su	5.607.663	-17,4%	21,8%	0,9%
11	Sắn & SP sắn	75.885.163	-54,4%	12,3%	12,5%
12	TĂGS & NL	10.077.879	55,3%	103,3%	1,7%
13	Thịt & SP Thịt	229.022	-93,7%	-95,7%	0,0%
Tổng XK NLTS		606.005.534	-27,3%	14,1%	100,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 3: Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng gạo sang Trung Quốc tháng 2/2021

TT	Loại sản phẩm	Tháng 02/2020		Tháng 02/2021		So sánh 2021/2020 (%)	
		Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng	Giá trị
1.	Gạo nếp	43.831	24.750.333	96.705	50.688.392	120,6%	104,8%
2.	Các loại gạo khác	4.032	1.555.559	4.645	2.810.818	15,2%	80,7%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 4: Giá trị xuất khẩu một số loại cà phê chính sang Trung Quốc tháng 2/2021

Mặt hàng	T2/2020 (USD)	T2/2021 (USD)	So sánh T2/2020 và T2/2021
Chưa rang chưa khử cafein	3.634.752	3.082.432	-15,20%
Đã rang chưa khử cafein	92.642	139.237	50,30%
Chế phẩm thành phần cơ bản từ chiết xuất, tinh chất cà phê	1.682.573	753.898	-55,19%
Tinh chất, chiết xuất cô đặc	455.929	809.442	77,54%
Tổng	5.873.130	4.785.539	-18,52%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 5: Giá trị xuất khẩu một số loại rau quả chính sang Trung Quốc tháng 2/2020

TT	Sản phẩm	T2/2020 (USD)	T2/2021 (USD)	So sánh T2.2021/T2.2020
	Tổng giá trị XK	130.162.125	170.157.581	30,7%
1	Thanh long	87.868.442	90.611.284	3,1%
2	Xoài	8.414.587	29.030.194	245,0%
3	Chuối	15.356.609	19.813.762	29,0%
4	Mít	8.039.539	15.368.390	91,2%
5	Dưa hấu	3.034.396	9.019.972	197,3%
6	Dừa	511.985	1.363.828	166,4%
7	Chanh	262.424	1.008.620	284,3%
8	Ớt	3.765.033	474.108	-87,4%
9	Nhãn	174.913	448.694	156,5%
10	Khác	2.734.197	3.018.728	10,4%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 6: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang Trung Quốc tháng 2/2021

TT	Sản phẩm	T2/2020 (USD)	T2/2021 (USD)
1	Thịt trâu, bò, tươi hoặc ướp lạnh.	295,0	
2	Thịt và phụ phẩm giết mổ của gia cầm	210,0	
3	Thịt chế biến (xúc xích, hun khói, muối, v.v.)		229.022,3
	Tổng	505,0	229.022,3

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 7: Xuất khẩu sản phẩm thủy sản sang thị trường Trung Quốc năm tháng 2/2021

Loại sản phẩm	Tháng 2/2021 (USD)	Tháng 2/2020 (Tr. USD)	So sánh 2021/20 (%)
Cá da trơn	10,73	7,80	37,6%
Cua, ghe	1,79	0,42	325,8%
Mực và bạch tuộc	1,61	0,68	136,9%
Tôm	11,42	6,22	83,7%
Thủy sản khác	7,75	5,04	53,8%
Tổng giá trị xuất khẩu	33,31	20,44	63,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 8: Giá trị xuất khẩu sản và sản phẩm từ sản chính sang Trung Quốc tháng 2/2020

TT	Sản phẩm	Giá trị (USD)	Cơ cấu (%)
	Tổng giá trị XK	75.885.163	100,0%
1	Tinh bột sắn	51.637.386	68,0%
2	Sắn lát, đông lạnh	24.247.777	32%

Nguồn: Tổng cục Hải quan