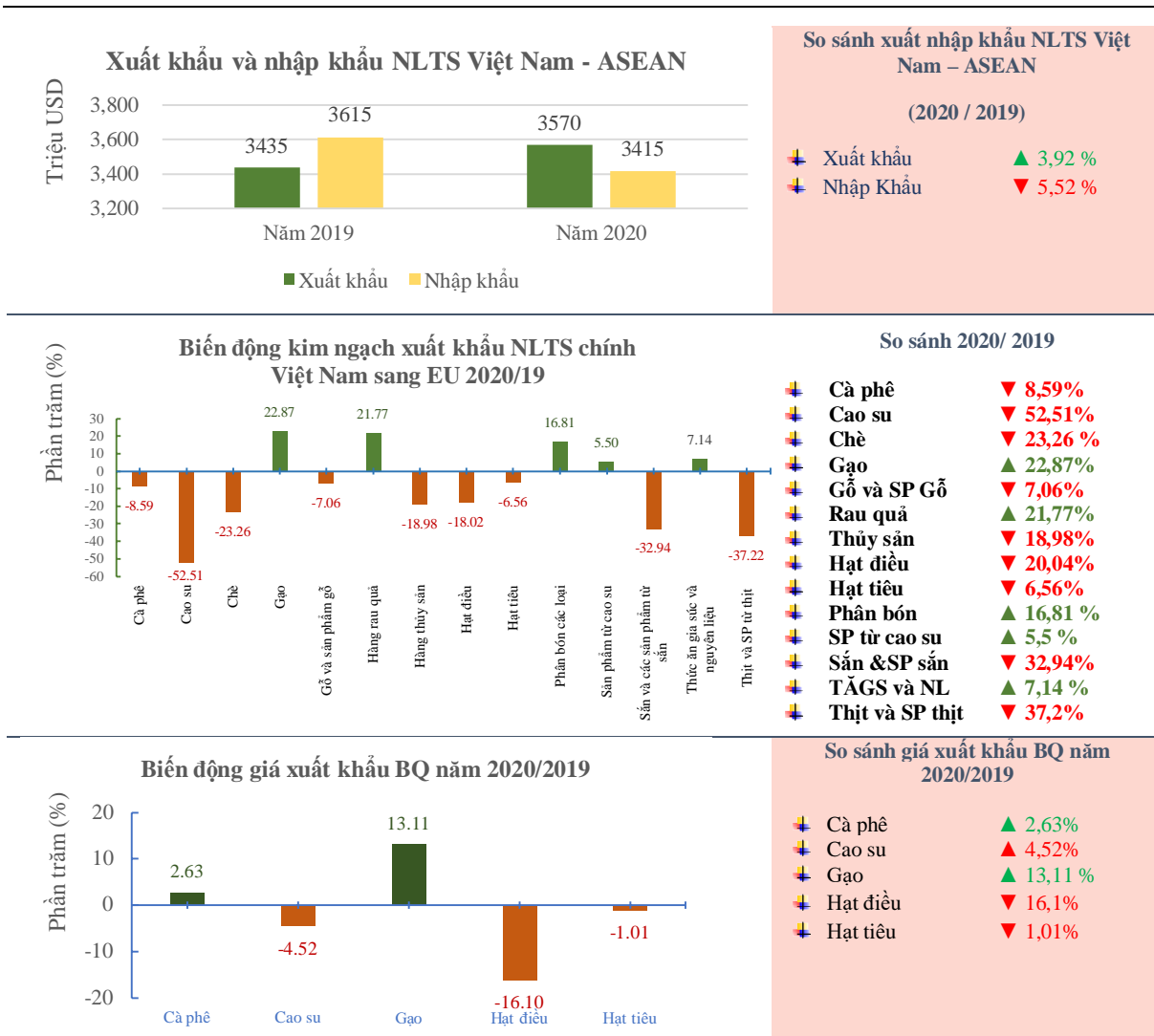


BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

Thị trường ASEAN



TÌNH HÌNH CHUNG



TỔNG QUAN TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Năm 2020 là một năm nhiều biến động cho thương mại tại khu vực ASEAN, do ảnh hưởng bởi đại dịch Covid-19 làm đứt gãy chuỗi sản xuất, cung ứng toàn cầu và gây ra tổn hại nghiêm trọng cho thương mại khu vực. Giá trị xuất khẩu, nhập khẩu suy giảm tại hầu hết các nền kinh tế khu vực.¹

Tại Thái Lan, tháng 12/2020, cán cân thương mại thặng dư ở mức 0,96 tỷ USD, đây là tháng thứ 11 liên tiếp Thái Lan ghi nhận mức xuất siêu trong năm 2020. Trong đó, xuất khẩu bất ngờ tăng 4,7% so với cùng kỳ năm trước, đạt mức 20,08 tỷ USD, đây là điểm tích cực khi mà trong tháng 11 xuất khẩu của nước này đã giảm 3,7%. Con số này cũng vượt qua dự báo thị trường ở mức 2,0%. Trong số các động lực xuất khẩu chính, điện tử phục hồi mạnh mẽ khi tăng 15,9%, nông sản tăng 2,1%; tuy nhiên xuất khẩu ô tô và linh kiện giảm 0,2%. Tính chung cả năm 2020, cán cân thương mại của Thái Lan tăng đột biến khi mức thặng dư đạt 24,48 tỷ USD, tăng 144,45% so với năm 2019. Tuy nhiên, việc tăng của cán cân thương mại nước này chưa phản đầy đủ thực trạng hoạt động xuất nhập khẩu. Cụ thể cán cân tăng nhưng xuất khẩu và nhập khẩu đều giảm, trong đó xuất khẩu đạt 231,47 tỷ USD, giảm 6,01% so với năm 2019, và nhập khẩu đạt 206,99 tỷ USD, giảm nhiều hơn với mức giảm 12,4%.

Tại Indonesia, theo cơ quan Thống kê Indonesia, cán cân thương mại nước này thặng dư 2,10 tỷ USD trong tháng 12/2020, đây là mức cao nhất kể từ năm 2011. Đây cũng là tháng thứ 8 liên tiếp Indonesia ghi nhận mức thặng dư do xuất khẩu tăng trong khi nhập khẩu giảm. Trong đó, xuất khẩu đạt 16,54 tỷ USD; tăng 14,63% so tháng 12 năm 2019, chủ yếu do doanh thu xuất khẩu ngoài dầu mỏ cao hơn (tăng 16,73%). Ngược lại, nhập khẩu đạt 14,44 tỷ USD; giảm 0,47% so với tháng 12 năm 2019, chủ yếu do lượng mua dầu và khí đốt giảm mạnh với mức giảm 30,54%. Tính chung cả năm 2020, cán cân thương mại của Indonesia thặng dư 21,74 tỷ USD, tăng 505,57% so với năm 2019. Đây là mức thặng dư thương mại lớn nhất kể từ năm 2011. Tuy nhiên, mức tăng thặng dư cán cân thương mại là do xuất khẩu giảm ít hơn nhập khẩu. Cụ thể, xuất khẩu đạt 163,3 tỷ USD, giảm 2,61%, trong khi nhập khẩu đạt 141,5 tỷ USD, giảm tới 17,34% so với năm 2019.

Cán cân thương mại của Malaysia cũng thặng dư 16,82 tỷ RM, tăng 151,6% so với tháng 11/2019, đây là mức thặng dư thương mại cao nhất từ trước đến nay và cao hơn mức kỳ vọng của thị trường (mức 12,7 tỷ RM) do xuất khẩu tăng và nhập khẩu giảm. Cụ thể, xuất khẩu đạt 84,43 tỷ RM, tăng 4,3% so với tháng 11 năm 2019, nhập khẩu đạt 67,61 tỷ RM, giảm 9% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 11 tháng đầu năm 2020, cán cân thương

¹ Theo Thời báo Tài Chính Việt Nam

mại Malaysia thặng dư đạt 163,86 tỷ RM, tăng 23,1% so với cùng kỳ năm 2019. Tuy nhiên, mức thặng dư này có được cũng giống như Thái Lan, Indonesia khi đều bắt nguồn từ nguyên nhân xuất khẩu giảm ít hơn nhập khẩu. Cụ thể, xuất khẩu đạt 885,02 tỷ RM, giảm 2,6% và nhập khẩu đạt 721,16 tỷ RM, giảm 7% so với cùng kỳ năm 2019.

Ngược lại với xu hướng thặng dư thương mại trên, cán cân thương mại của Philippines lại thâm hụt 2,18 tỷ USD trong tháng 12/2020, giảm so với mức thâm hụt 2,97 tỷ USD của tháng 12/2019. Trong đó, xuất khẩu đạt 5,74 tỷ USD, giảm 0,2% so với tháng 12/2019, và nhập khẩu đạt 7,92 tỷ USD, giảm 9,1%. Tính chung cả năm 2020, thâm hụt thương mại của Philippines giảm mạnh xuống còn 21,84 tỷ USD, tức là giảm tới 46,3% so với mức 40,67 tỷ USD của năm 2019. Trong đó, xuất khẩu đạt 63,77 tỷ USD, giảm 10,1% và nhập khẩu đạt 85,61 tỷ USD, giảm 23,3% so với năm 2019.

Việt Nam là một trong số ít các điểm sáng về thương mại năm 2020 của thế giới. Theo Tổng cục Thống kê, tổng kim ngạch xuất nhập khẩu hàng hóa năm 2020 ước tính đạt 543,9 tỷ USD, tăng 5,1% so với năm trước, trong đó kim ngạch xuất khẩu hàng hóa đạt 281,5 tỷ USD, tăng 6,5%; nhập khẩu hàng hóa đạt 262,4 tỷ USD, tăng 3,6%. Cán cân thương mại hàng hóa năm 2020 ước tính xuất siêu 19,1 tỷ USD, mức cao nhất trong 5 năm liên tiếp xuất siêu kể từ năm 2016.

Quỹ Tiền tệ quốc tế IMF (tháng 01/2021) dự báo tăng trưởng của khu vực ASEAN-5² sẽ hồi phục một cách mạnh mẽ ở mức 5,2% trong năm 2021 và 6,0% trong năm 2022, điều này có thể giúp thương mại khu vực được cải thiện trong thời gian tới.

Về thương mại giữa Việt Nam và các quốc gia thành viên ASEAN khác, trong năm 2020, ASEAN là thị trường nhập khẩu lớn thứ 3 của Việt Nam, sau Trung Quốc và Hàn Quốc, với giá trị nhập khẩu đạt 30 tỷ USD, riêng các ngành nông lâm thủy sản đạt 3,42 tỷ USD. Về xuất khẩu sản phẩm nông lâm thủy sản, năm 2020 đánh ghi nhận mức tăng trưởng dương của Việt Nam sang các quốc gia trong khu vực, với mức tăng trưởng hơn 3,92% so với năm 2019, đạt 3,57 tỷ USD. Các mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN là rau quả, gỗ và các sản phẩm từ gỗ, sắn và các sản phẩm từ sắn, thủy sản, gạo, cao su thịt và các sản phẩm thịt. Trong đó nhóm mặt hàng có tăng trưởng cao là gạo (+22,87%), rau quả (+21,77%), phân bón và thức ăn chăn nuôi (lần lượt là +16,81% và +7,14%), sản phẩm từ cao su (+5,5%). Các nhóm sản phẩm khác như cà phê, cao su, chè, thủy sản, thịt, điều, tiêu, sắn đều giảm. (chi tiết phụ lục đính kèm).

² ASEAN-5 gồm Thái Lan, Việt Nam, Indonesia, Philippines, Malaysia

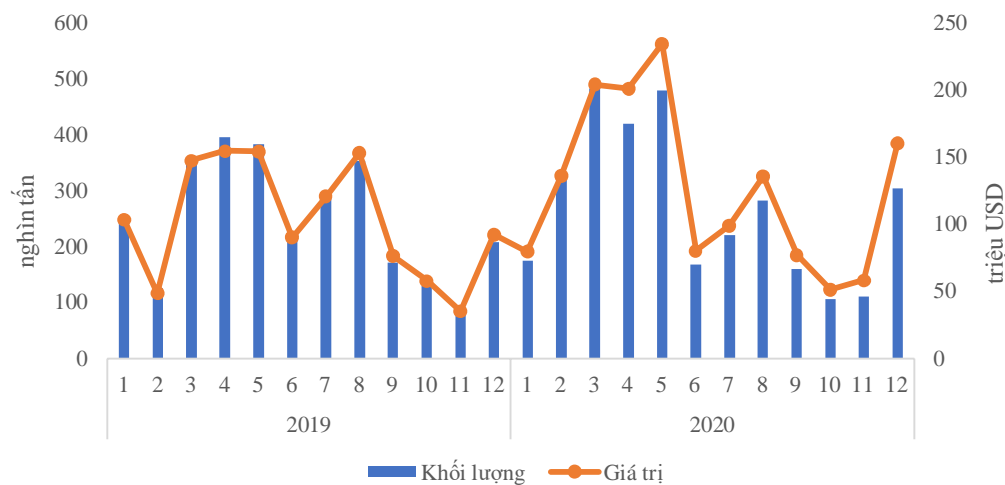
CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC

1. LÚA GẠO

Theo dự báo cập nhật tháng 01/2021 của USDA, sản lượng gạo của ASEAN trong năm 2021 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 Việt Nam, trong tháng 12/2020, Việt Nam xuất khẩu được 304,2 nghìn tấn gạo, trị giá 160,6 triệu USD sang thị trường ASEAN, tăng 171,7% về khối lượng và 174,6% về giá trị so với tháng 11/2020, và 46,2% về khối lượng và 73,4% so với cùng kỳ năm 2019. Tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong năm 2020 đạt 3,2 triệu tấn gạo và 1,5 tỷ USD, tăng 9,1% về khối lượng và 22,9% về giá trị so với cùng kỳ năm 2019.

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

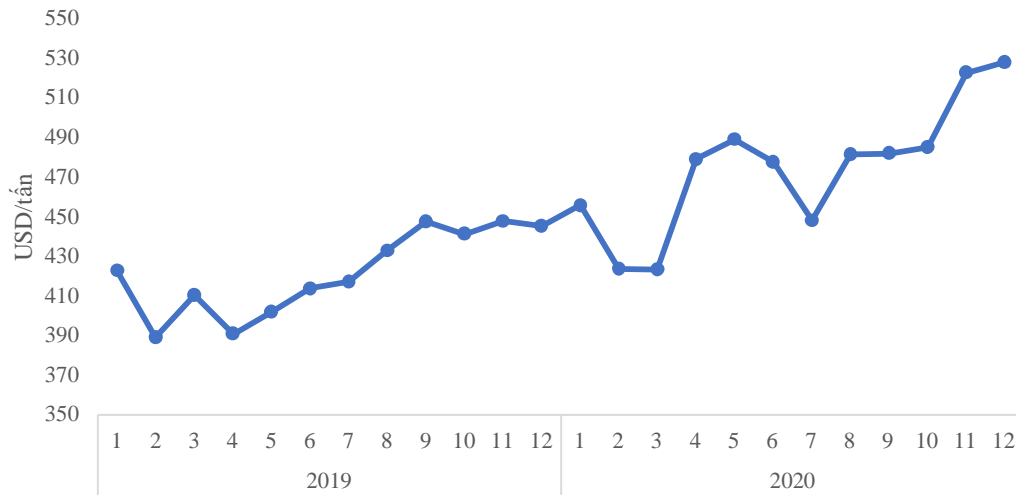


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 12/2020, gạo trắng là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN đạt 202,9 nghìn tấn, trị giá 107,2 triệu USD (chiếm 66,7% về khối lượng và 66,8% về giá trị); so với tháng 12/2019, xuất khẩu gạo trắng sang ASEAN đã tăng 36,9% về khối lượng và 71,4% về giá trị. Đứng thứ hai là gạo thơm đạt 68,7 nghìn tấn, trị giá 36,4 triệu USD (chiếm 22,6% về khối lượng và 22,7% về giá trị); so với tháng 12/2019, xuất khẩu gạo thơm sang ASEAN đã tăng 48,8% về khối lượng và 67,9% về giá trị.

Giá xuất khẩu gạo trung bình sang thị trường ASEAN tháng 12/2020 đạt 527,9 USD/tấn, tăng 1,0% so với tháng 11/2020 và 18,6% so với cùng kỳ năm 2019.

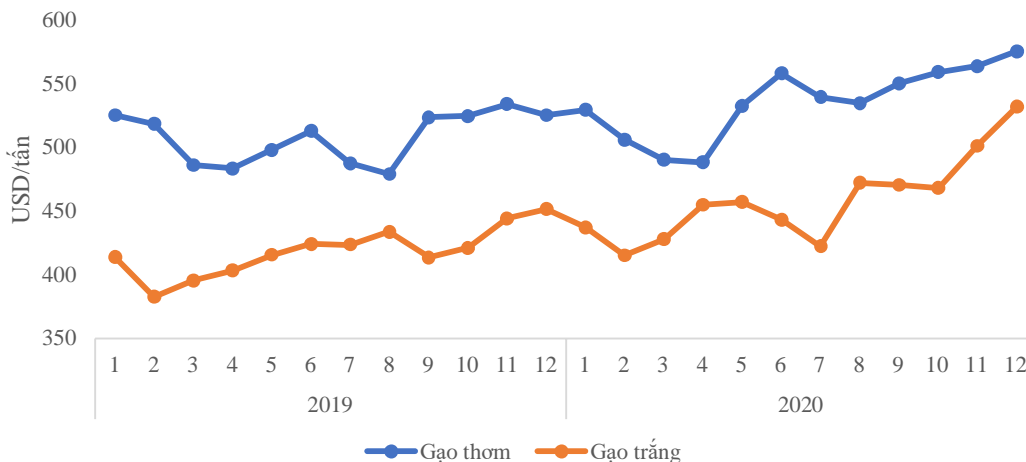
Hình 2: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá các loại gạo chính xuất khẩu sang thị trường ASEAN đều có xu hướng tăng trong tháng. Giá gạo trắng tháng 12/2020 đạt trung bình 532,0 USD/tấn, tăng 6,1% so với tháng 11/2020 và 17,8% so với cùng kỳ năm ngoái. Giá gạo thơm đạt 575,7 USD/tấn, tăng 2,1% so với tháng 11/2020 và 9,6% so với cùng kỳ năm ngoái.

Hình 3: Giá xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN



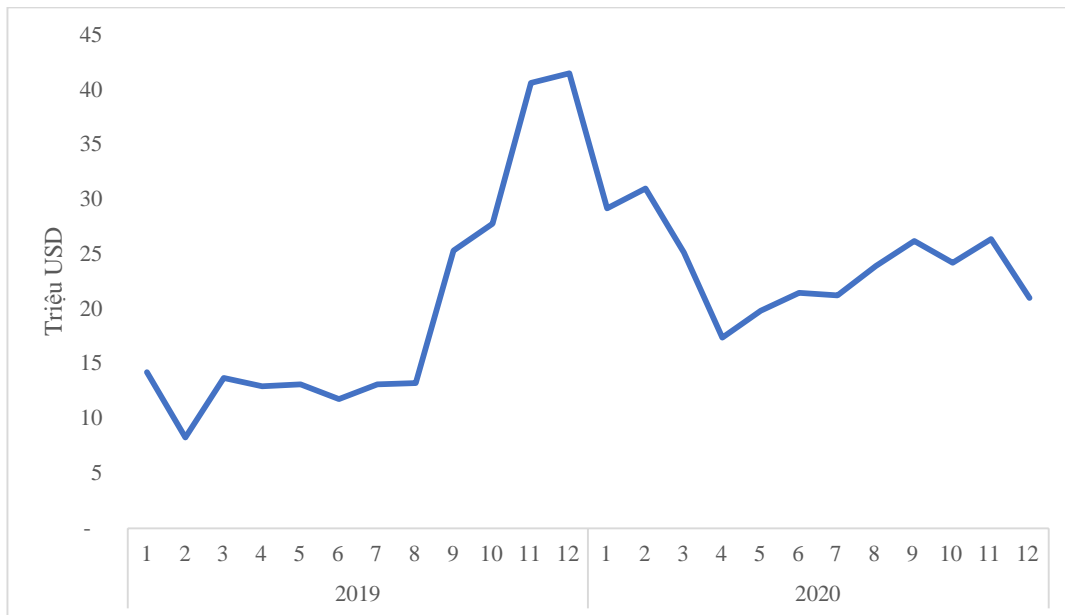
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 12/2020, 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 Star Rice. Ba công ty này lần lượt chiếm 16,9%, 8,7% và 7,3% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN trong tháng 12/2020.

2. RAU QUẢ

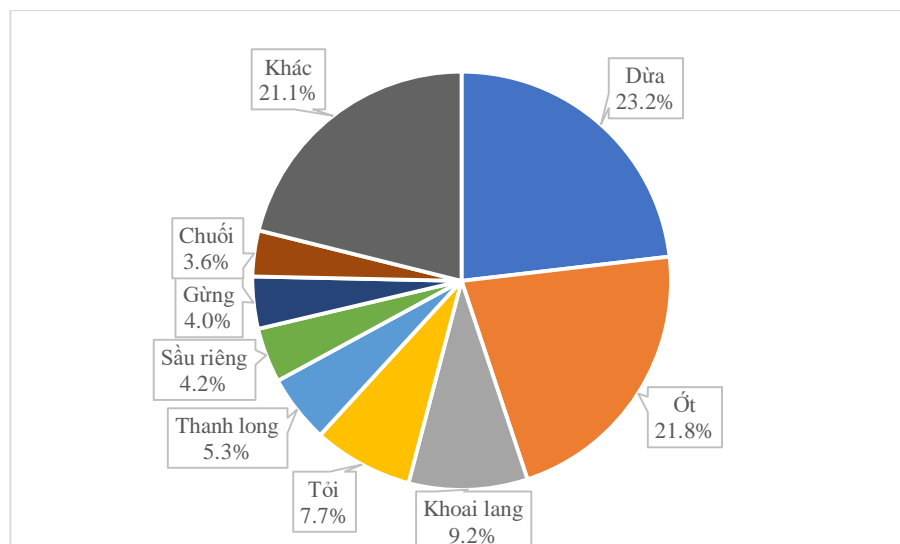
Giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường ASEAN tháng 12 năm 2020 đạt 21 triệu USD, chiếm 7,6% tổng giá trị xuất khẩu, giảm 20,5% so với tháng trước và giảm 49,5% so với cùng kỳ năm 2019 (đạt 41,5 triệu USD). Tính chung năm 2020, giá trị xuất khẩu đạt 288,3 triệu USD, chiếm 8,8% thị phần và tăng 22,3% so với cùng kỳ năm 2019 (235,7 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 12 năm 2020, mặt hàng rau quả tươi, khô, đông lạnh, sơ chế đạt 19 triệu USD (chiếm 90,4% thị phần, giảm 52,2% so với cùng kỳ năm 2019) và mặt hàng rau quả chế biến đạt 2 triệu USD (chiếm 9,6% thị phần, tăng 8,4%), trong đó: (i) trái cây đông lạnh, sấy khô, dẻo (mã HS 2008) đạt 726,2 nghìn USD (tăng 23,8% so với cùng kỳ năm trước); (ii) Trái cây ngâm, cô đặc, mút dẻo (mã HS 2007) đạt 562,8 nghìn USD (tăng 93,2%); (iii) nước ép, nước cốt trái cây (mã HS.2009) đạt 505,7 nghìn USD (tăng 31,2%); ...

Hình 5: Cơ cấu các loại rau quả chính xuất khẩu sang ASEAN tháng 12/2020

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 12 năm 2020, các mặt hàng rau quả có giá trị xuất khẩu sang ASEAN nhiều nhất bao gồm dừa đạt 4,9 triệu USD (chiếm 23,2% tổng giá trị xuất khẩu, giảm 49,5% so với cùng kỳ năm 2019); ớt đạt 4,6 triệu USD (chiếm 21,8%, tăng 218,8%); khoai lang đạt 1,9 triệu USD (chiếm 9,2%, giảm 15,5%); tỏi đạt 1,6 triệu USD (chiếm 7,7%, tăng 11,5%); thanh long đạt 1,1 triệu USD (chiếm 5,3%, giảm 25,2%); sầu riêng đạt 0,9 triệu USD (chiếm 4,2%, giảm 93%); ...

Giá trị nhập khẩu rau quả của Việt Nam từ thị trường ASEAN tháng 12 năm 2020 đạt 25,7 triệu USD, chiếm 17,3% tổng giá trị nhập khẩu, giảm 33,2% so với cùng kỳ năm 2019 (đạt 38,4 triệu USD). Tính chung năm 2020, giá trị nhập khẩu đạt 232,8 triệu USD, giảm 63,2% so với cùng kỳ năm 2019 (đạt 632,2 triệu USD). Trong tháng 12/2020, sản phẩm rau quả Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường này là đậu xanh đạt 12,5 triệu USD (chiếm 48,6%, tăng 44,2%); nhãn đạt 4,4 triệu USD (chiếm 17,1%, giảm 75,5%); dừa đạt 2,7 triệu USD (chiếm 10,6%, gấp 22 lần cùng kỳ năm 2019); ... Thái Lan đang ngày càng siết chặt các tiêu chí đối với sản phẩm nhập khẩu. Mới đây, Thái Lan đã ban hành tiêu chuẩn mới về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật đối với nông sản nhập khẩu. Cho tới nay, Thái Lan chỉ mới chính thức cấp giấy phép cho bốn loại trái cây của Việt Nam vào thị trường này là thanh long ruột đỏ và ruột trắng, xoài, nhãn, vải.

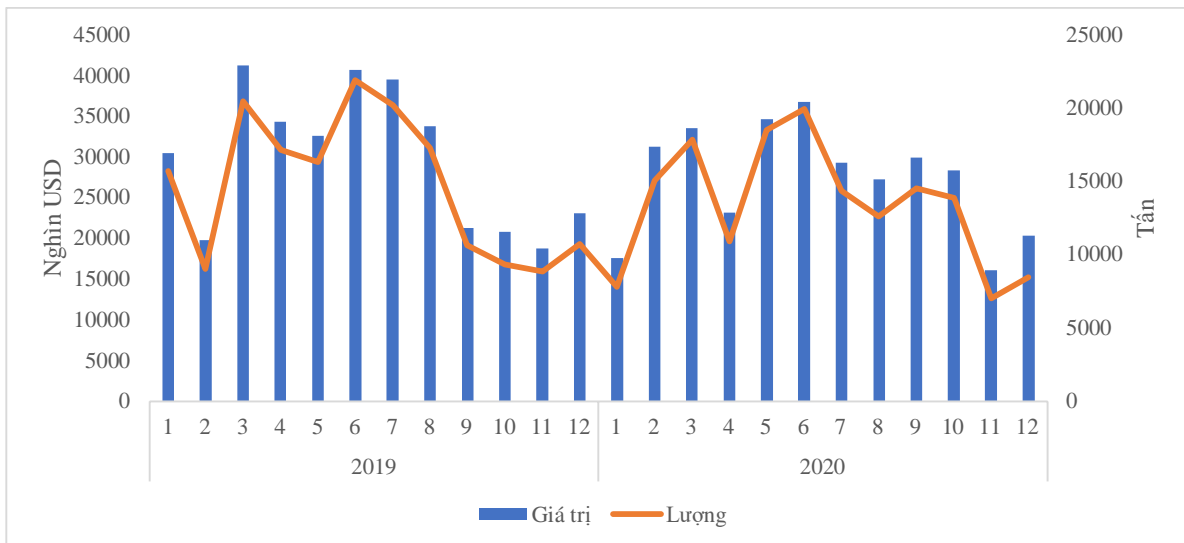
Trong tháng 12/2020, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH MTV Kinh doanh Thương mại An Lộc, Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Xaxa và Công ty CP Đầu tư XNK Phát Đạt với thị phần xuất khẩu lần lượt là: 5,6%; 4,4% và 4,2%. So với cùng kỳ năm ngoái, kim ngạch xuất khẩu của Công ty TNHH Thương mại Dịch vụ Xaxa tăng 48,8%. Trong khi Công ty TNHH

MTV Kinh doanh Thương mại An Lộc và Công ty CP Đầu tư XNK Phát Đạt không xuất khẩu trong tháng 12/2019 nhưng đã đẩy mạnh xuất khẩu được trong tháng 12/2020.

3. CÀ PHÊ

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam tháng 12/2020 sang ASEAN đạt 8,4 nghìn tấn cà phê, giá trị 20 triệu USD, tăng 20% về khối lượng và tăng 27% về giá trị so với tháng 11/2020; so với cùng kỳ năm 2019, xuất khẩu cà phê giảm 21% về khối lượng và giảm 11,8% về giá trị. Tính chung năm 2020, xuất khẩu cà phê sang thị trường này đạt 160 nghìn tấn, và 328 triệu USD, giảm 9,47% về khối lượng và giảm 7,93% về giá trị so với cùng kỳ năm 2019.

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



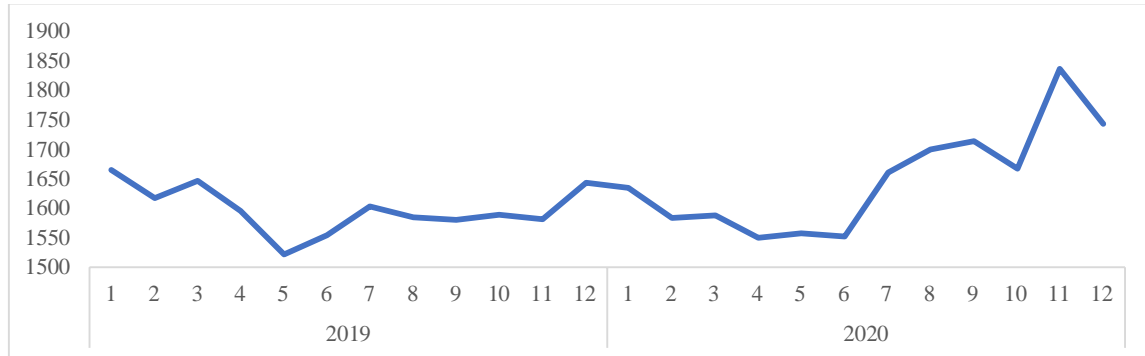
Nguồn: Tổng cục Hải quan

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 năm 2020, gồm Philipins chiếm tỷ trọng 48%, Malaysia chiếm 21%, Thái Lan chiếm 17%, Indonesia chiếm 8%. Myanmar chiếm gần 2%. Các thị trường khác chiếm dưới 1%. So với năm trước, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang một số thị trường giảm như Philippin đạt 158 triệu USD, giảm 8,7%, Indonesia đạt 28 triệu USD, giảm 25%, Lào đạt 2,5 triệu USD, giảm 57%, Singapore đạt 2,2 triệu USD giảm 27%. Trong khi đó, xuất khẩu sang một số thị trường khác tăng như, Malaysia xuất khẩu đạt 70 triệu USD, tăng 10,45%, Myanmar xuất khẩu đạt 6 tỷ USD, tăng 13,6%, Campuchia tăng 28,7%.

Giá xuất khẩu bình quân cà phê Việt Nam sang ASEAN tháng 12/2020 đạt 2.406 USD/tấn, tăng 5,27% so với tháng trước và tăng 11% so với cùng kỳ năm 2019.

Tính chung cả năm 2020, giá xuất khẩu cà phê bình quân giảm 3,16 % so với cùng kỳ năm 2019, đạt mức 1.649 USD/tấn.

Hình 7: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường ASEAN

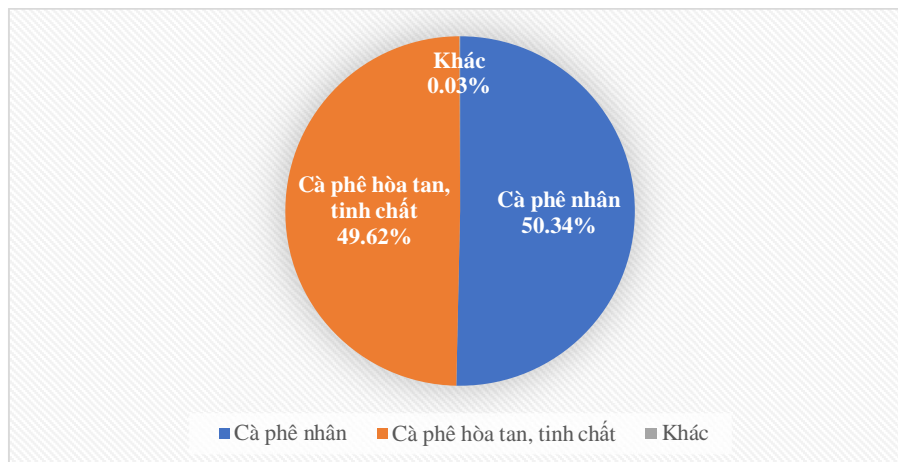


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về cơ cấu sản phẩm, cà phê nhân thô chưa rang, chưa khử cafein (mã HS 090111) tháng 12/2020 chiếm tỷ trọng 35%, giá trị 7,3 triệu USD, giảm 1,32% so với tháng trước và giảm 21% so với cùng kỳ tháng 12/2019. Ngược lại, cà phê đã rang, chưa khử caffeine (mã HS 090121) tăng mạnh về giá trị nhập khẩu trong tháng 12/2020, tăng 33% lên mức 470 nghìn USD, tuy nhiên giảm 5,85% so với cùng kỳ năm 2019. Tháng 12/2020, cà phê hòa tan, tinh chất cà phê (mã HS 2101) đạt giá trị 12,6 triệu USD, giảm 4% so với tháng 11/2020 và giảm 5,37% giá trị so với cùng kỳ tháng 12/2019.

Tính chung cả năm 2020, xuất khẩu cà phê nhân chiếm 50,3%, giảm 10% so với năm 2019, cà phê chế biến chiếm 49,6% giảm 6,7% so với năm 2020, cà phê khác chiếm 0,03% giảm 45% so với năm 2019

Hình 8: Cơ cấu sản phẩm, cà phê xuất khẩu sang ASEAN năm 2020



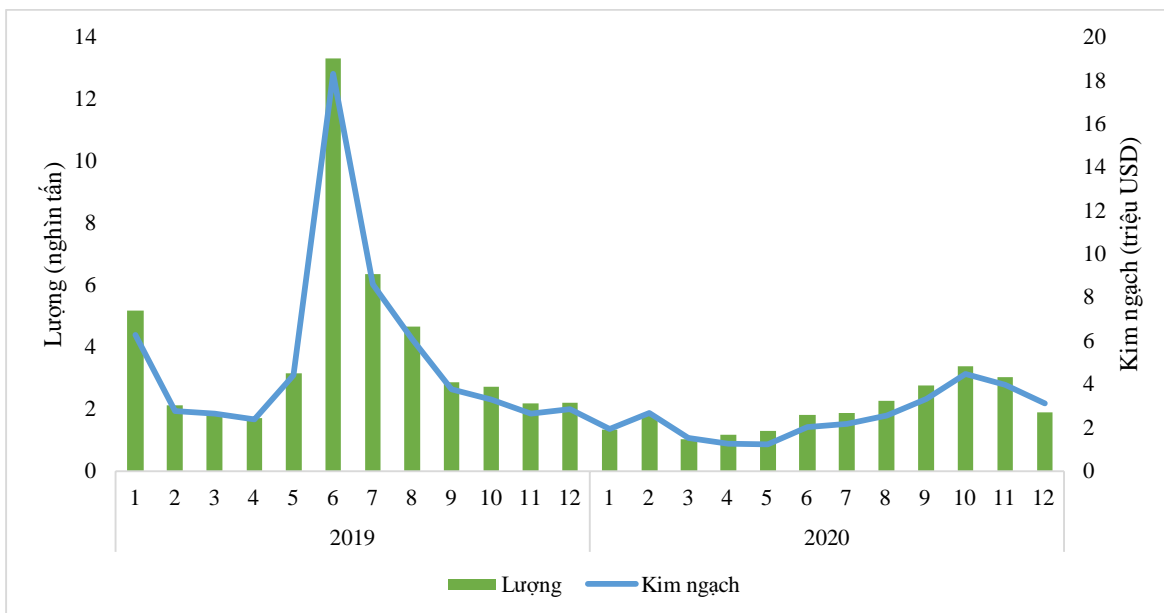
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 12/2020, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là: Công ty TNHH URC Việt Nam, Công ty TNHH Nestlé Việt Nam, Công ty TNHH OUTSPAN Việt Nam với thị phần lần lượt là: 27%; 13% và 8%. So với năm 2019, năm 2020, kim ngạch xuất khẩu của Công ty TNHH URC Việt Nam và Công ty TNHH Nestlé Việt Nam giảm lần lượt 12% và 30% trong khi Công ty TNHH OUTSPAN Việt Nam tăng 109%.

4. CAO SU

Theo Tổng cục Hải quan Việt Nam, tháng 12/2020, xuất khẩu cao su tự nhiên (mã HS 4001) của Việt Nam sang các quốc gia ASEAN ước đạt 1,9 nghìn tấn với trị giá 3,1 triệu USD, giảm 37,0% về khối lượng và 21,2% về giá trị so với tháng trước và giảm 13,6% về khối lượng, tăng 9,2% về giá trị so với cùng kỳ 2019. Lũy kế cao su xuất khẩu sang thị trường này năm 2020 đạt 23,7 nghìn tấn, trị giá 30,3 triệu USD, giảm mạnh 50,9% về khối lượng và 52,7% về giá trị so với cùng kỳ 2019.

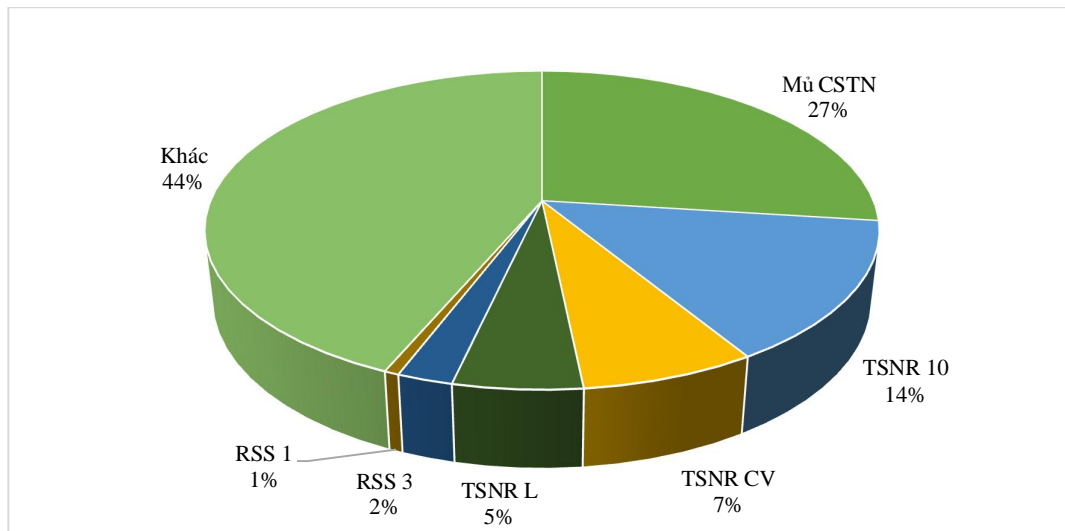
Hình 9. Giá trị xuất khẩu cao su tự nhiên sang ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Năm 2020, mũ cao su tự nhiên là chủng loại cao su có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang các quốc gia ASEAN đạt 8,2 triệu USD, chiếm 27,0% tổng giá trị xuất khẩu và tăng 9,8% so với năm 2019. Đứng thứ hai là TSNR 10 với kim ngạch 4,3 triệu USD, chiếm 14,3% tổng giá trị xuất khẩu và giảm 87,4% so với năm 2019. Tiếp theo là TSNR CV và TSNR L, chiếm lần lượt 7,1% và 5,2% tổng giá trị xuất khẩu sang ASEAN.

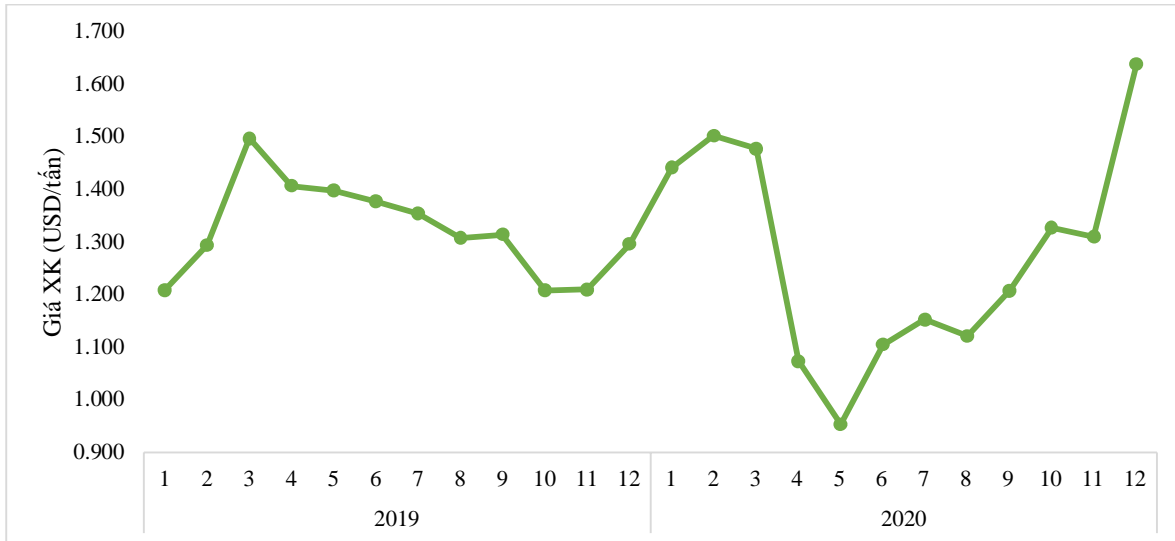
Hình 10: Chủng loại cao su tự nhiên xuất khẩu sang thị trường ASEAN theo kim ngạch năm 2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá cao su xuất khẩu trung bình sang các quốc gia ASEAN có xu hướng tăng mạnh vào thời điểm cuối năm đạt mức 1.638 USD/tấn trong tháng 12/2020 tăng 25,0% so với tháng trước và 26,4% so với cùng kỳ năm 2019.

Hình 11: Giá cao su tự nhiên xuất khẩu sang thị trường ASEAN

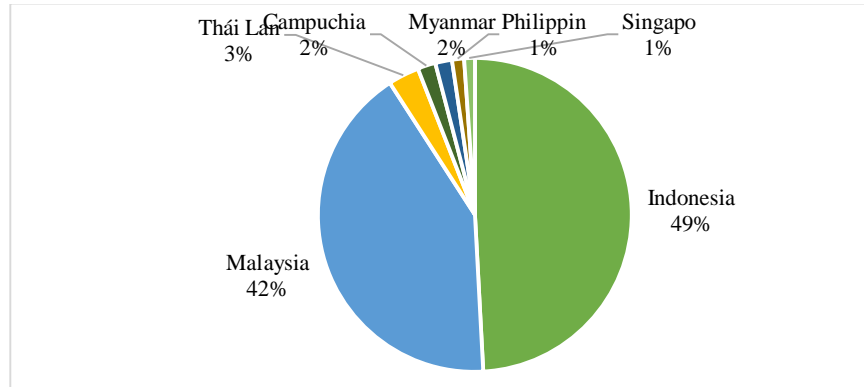


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong khối ASEAN, năm 2020, Indonesia là quốc gia nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất của Việt Nam với 14,9 triệu USD, chiếm 49,1% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam sang các quốc gia ASEAN, giảm 17,2% so với năm 2019. Malaysia là quốc gia nhập khẩu lớn thứ hai với 12,7 triệu USD, chiếm 41,8%, giảm

71,3% so với 2019. Tiếp theo là Thái Lan, Campuchia và Myanmar, chiếm lần lượt 3,2%, 1,8% và 1,7% trong tổng kim ngạch cao su xuất khẩu sang thị trường ASEAN.

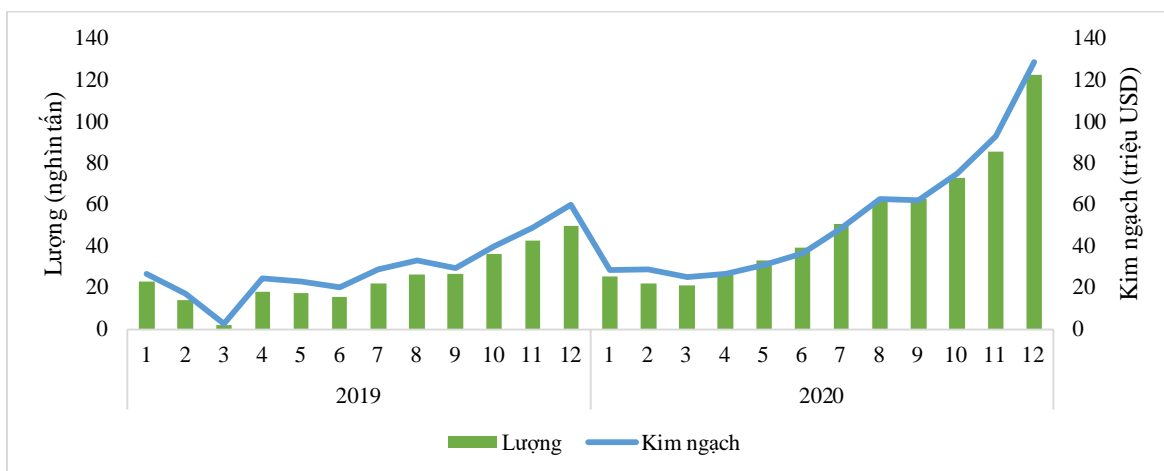
Hình 12: Xuất khẩu cao su sang một số thị trường chính trong thị trường ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu, theo số liệu của Tổng cục Hải quan, tháng 12/2020, Việt Nam nhập khẩu 122,5 nghìn tấn cao su tự nhiên với trị giá 128,9 triệu USD từ các quốc gia ASEAN, tăng 42,7% về khối lượng và 38,6% về giá trị so với tháng trước, và tăng 146,7% về khối lượng và 115,3% về giá trị so với cùng kỳ 2019. Lũy kế cao su nhập khẩu từ các quốc gia ASEAN năm 2020 ước đạt 625,2 nghìn tấn, trị giá 647,2 triệu USD, tăng mạnh 112,9% về khối lượng và 82,6% về giá trị so với cùng kỳ 2019. Trong khối ASEAN, Việt Nam nhập khẩu cao su tự nhiên nhiều nhất từ Campuchia với kim ngạch 451,6 triệu USD năm 2020, chiếm 69,8% tổng kim ngạch nhập khẩu và tăng tới 168,8% so với cùng kỳ năm trước. Thị trường nhập khẩu lớn thứ hai là Lào với giá trị 100,6 triệu USD, chiếm 15,5% và giảm 11,7% so với cùng kỳ năm 2019.

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



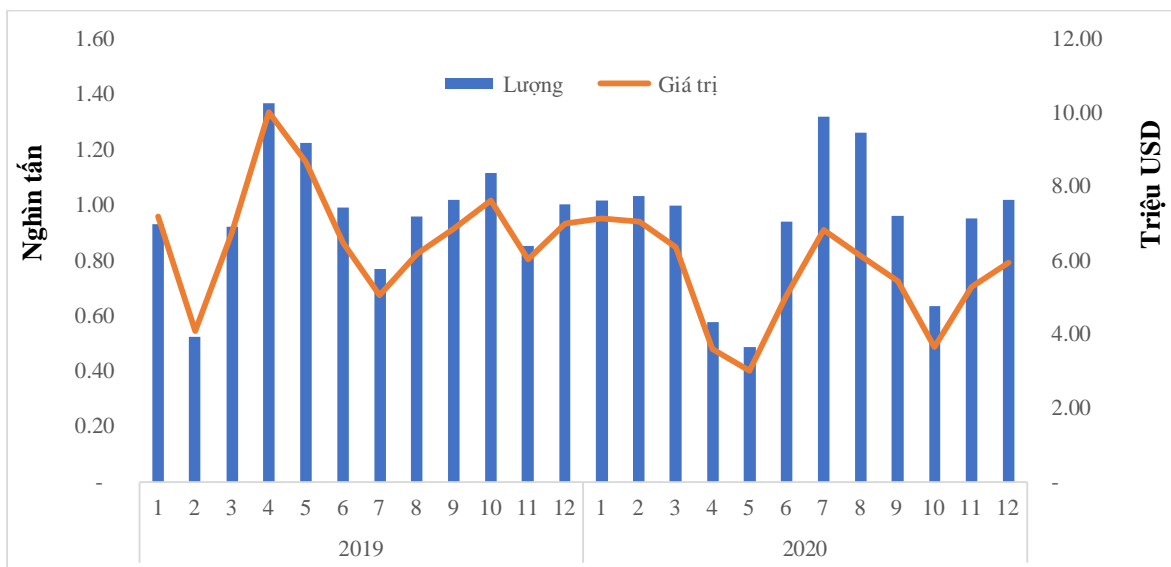
Nguồn: Tổng cục Hải quan

6. HẠT ĐIỀU

Điều Indonesia hầu như đã đến cuối vụ, số lượng chào ít và giá khoảng 1.425 USD/tấn C&F cho loại 52/200 giao tháng 12 - tháng 1 bên cạnh đó dịch Covid 19 đang được Việt Nam kiểm soát tốt hơn so với các nước trong khu vực, đây là cơ hội cho các nhà xuất khẩu có thể mở rộng thị phần ở thị trường ASEAN.

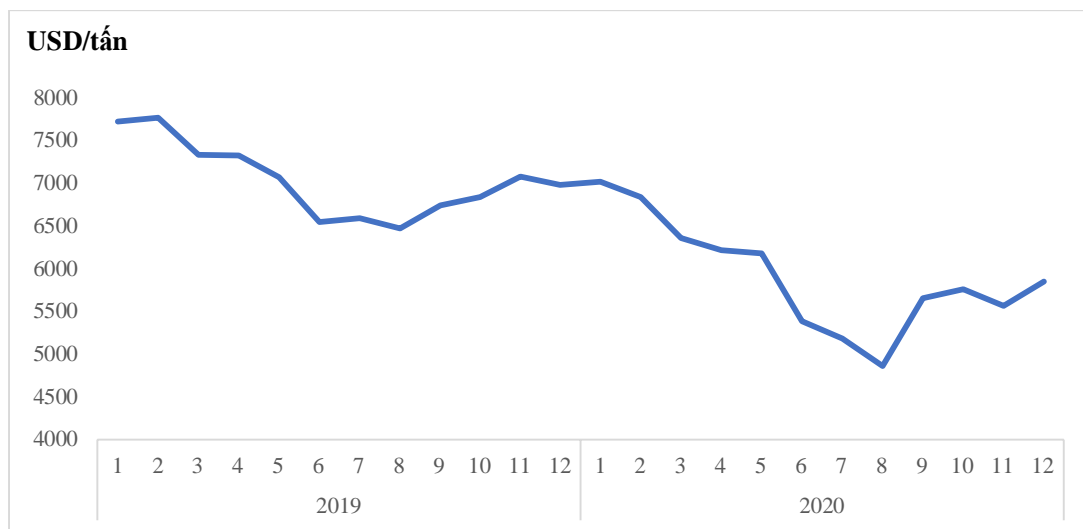
Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 12/2020, Việt Nam xuất khẩu được 1,02 nghìn tấn điều, trị giá 5,96 triệu USD sang thị trường ASEAN, tăng 6,93% về khối lượng và 12,42% về giá trị so với tháng 11/2020, và tăng 1,39% về khối lượng và giảm 15,09% so với cùng kỳ năm 2019. Tổng kim ngạch xuất khẩu sang thị trường này trong năm 2020 đạt 12,22 nghìn tấn và 72,60 triệu USD, tăng 4,50% về khối lượng và giảm 11,54% về giá trị so với cùng kỳ năm 2019.

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



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá xuất khẩu điều nhân trung bình sang thị trường ASEAN có xu hướng giảm so với cùng kỳ năm trước. Trong tháng 12/2020 giá xuất khẩu trung bình đạt 5.846,75 USD/tấn, giảm 16,26% so với tháng 12/2019, và tăng 5,13% so với tháng 11/2020. Giá giao dịch điều nhân (FOB) đang giao động ở mức 2,9 đến 3,55 tấn/Ib đối với mã W320, tùy từng nhà máy, mã W240 ở mức 3,4 đến 3,8 tấn/Ib, so với năm 2019 giảm 2,66%.

Hình 15: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường ASEAN

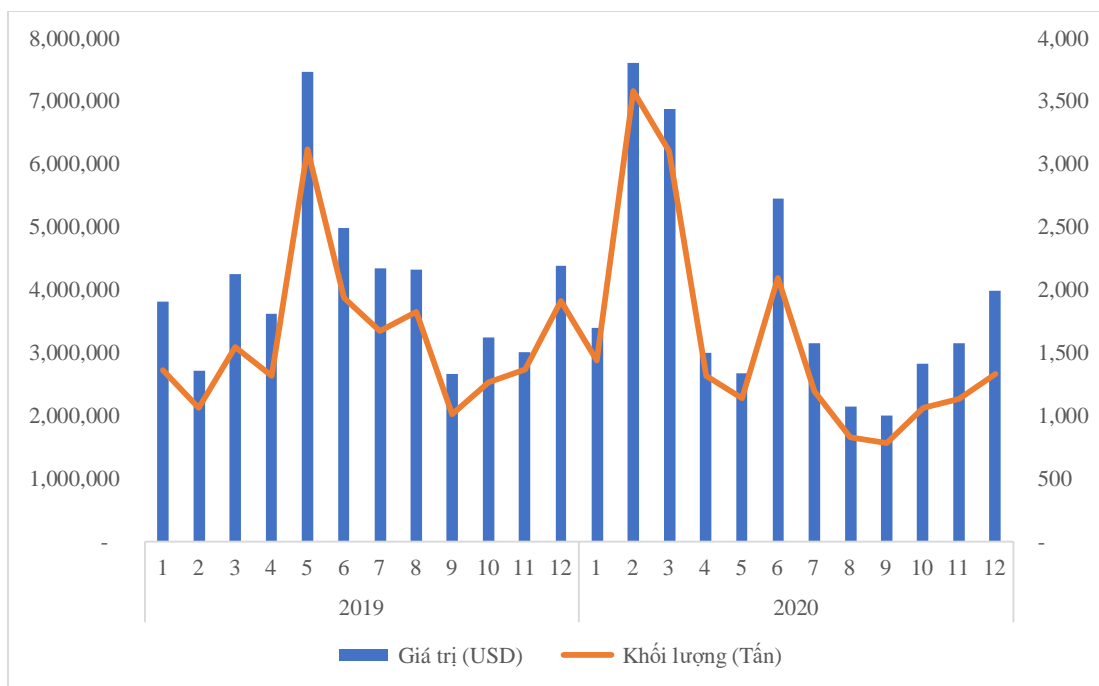
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Theo Hiệp hội điều Việt Nam, Dự báo 6 tháng đầu năm 2021 vẫn còn khó khăn đối với xuất khẩu điều. Cuối năm 2021, tình hình dịch bệnh trên thế giới có thể sẽ được kiểm soát, từ đó việc xuất khẩu sẽ thuận lợi hơn. Hiện tại, các doanh nghiệp lớn đã có đơn hàng cho quý I/2021. Về giá điều và nguồn nguyên liệu thì năm 2021 sẽ không có biến động nhiều. Sản lượng ổn định sẽ thuận lợi cho doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu. Do vậy, năm 2021, xuất khẩu điều của Việt Nam tiếp tục chủ trương giữ nguyên số lượng, tăng chất lượng, điều chỉnh giá theo hướng cao hơn. Mục tiêu năm 2021 xuất khẩu điều sẽ đạt 4 tỷ USD, tăng 20% so với năm 2020.

7. HỒ TIÊU

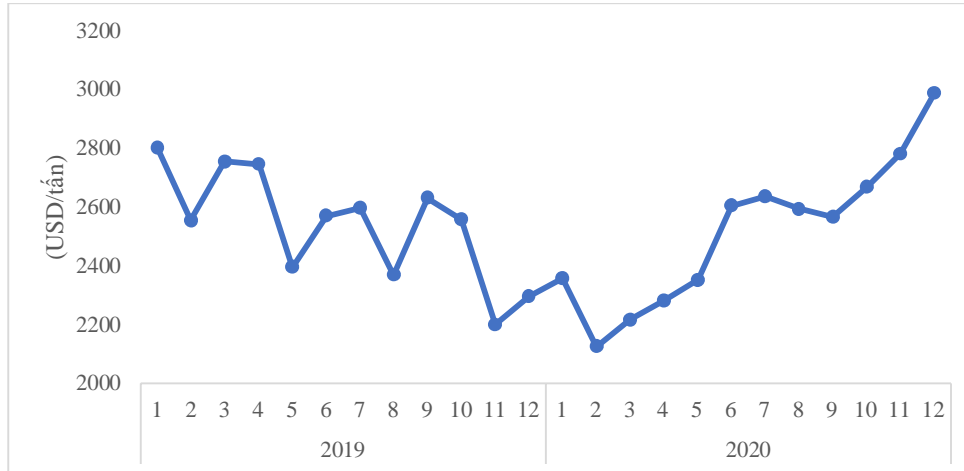
Xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam sang ASEAN trong tháng 12 đạt 3,99 triệu USD về giá trị và đạt 1.338 tấn về khối lượng, tăng lần lượt là 26,57% và 17,89% so với tháng trước đó. Mặc dù tăng trưởng mạnh ở những tháng cuối năm do nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu cho tiêu dùng các dịp lễ cuối năm tăng mạnh, song tổng khối lượng và giá trị của cả năm 2020 vẫn thấp hơn so với năm 2019 do ảnh hưởng của dịch Covid 19 khi nhiều hoạt động kinh doanh ăn uống bị suy giảm. Tổng giá trị và khối lượng xuất khẩu tiêu sang ASEAN trong cả năm 2020 chỉ đạt mức 46,36 triệu USD và 19.038 tấn, giảm 5,16% về giá trị và giảm 2% về khối lượng so với năm 2019.

Hình 16: Xuất khẩu tiêu của Việt Nam sang thị trường ASEAN, 2019-2020



Nguồn: Tổng cục hải quan

Giá xuất khẩu hồ tiêu bình quân sang ASEAN của các tháng 2020 và cả năm 2020 đều giảm so với năm 2019. Cụ thể, giá xuất khẩu bình quân sang thị trường này trong tháng 12/2020 đạt 2.986 USD/tấn, tăng 7,37% so với cùng kỳ tháng trước và tăng 30,03% so với cùng kỳ năm trước. Đây là lý do việc khối lượng xuất khẩu giảm mạnh so với giai đoạn cuối năm 2019. Tuy nhiên, giá xuất khẩu bình quân toàn năm 2020 đạt 2.514 USD/tấn, giảm 1% so với năm 2019 (đạt 2.539 USD/tấn).

Hình 17: Giá tiêu xuất khẩu trung bình của Việt Nam sang ASEAN, 2019-2020

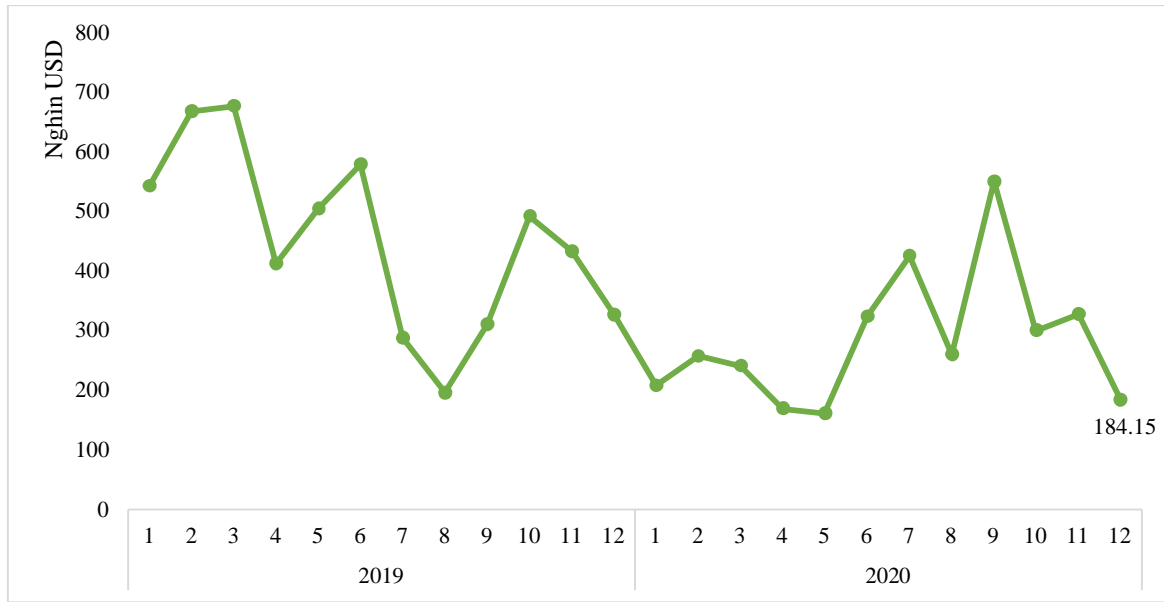
Nguồn: Tổng cục hải quan Việt Nam

8. THỊT VÀ SẢN PHẨM TỪ THỊT

Theo Meat & Livestock Australia (MLA), khu vực Đông Nam Á đã chứng kiến sự gia tăng nhập khẩu thịt bò tại Singapore, Malaysia, Thái Lan và Việt Nam trong giai đoạn từ đầu năm đến tháng 5 bất chấp sự bùng phát dịch Covid-19. Tuy nhiên, nhập khẩu của Indonesia và Philippines lần lượt giảm 46% và 28%, do sự kết hợp của các yếu tố bao gồm Covid-19 gây gián đoạn nguồn cung thịt trâu từ Ấn Độ và sức mua nội địa của các thị trường này bị suy yếu. Indonesia phân bổ cho thịt trâu Ấn Độ cho năm 2020 là khoảng 170.000 tấn, nhưng do Covid-19, chỉ 672 tấn được thực hiện vào tháng 5 năm 2020.

Theo Asian-Agribiz.com, nguồn cung thịt bò nhập khẩu của Indonesia bị hạn chế và đẩy giá thịt bò ở nước này tăng gần 40% trong 6 tháng cuối năm 2020. Nguyên nhân chính là do nhà cung cấp lớn thịt bò cho Indonesia là Úc đang tiến hành tái đàn. Điều này dẫn đến chính phủ Indonesia đang hướng tới việc đa dạng hóa nguồn cung thịt bò từ các nhà cung cấp khác như Ấn Độ, Brazil và Mexico. Tổng cục Chăn nuôi và Thú y Indonesia dự báo nước này có thể nhập khẩu 282.000 tấn thịt bò và thịt trâu vào năm 2021 do sản xuất trong nước không đáp ứng kịp nhu cầu. Nhu cầu tiêu thụ thịt trâu bò của Indonesia hàng năm là 697.000 tấn trong khi sản xuất trong nước chỉ đáp ứng được 474.000 tấn.

Trong năm 2020, giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt của Việt Nam sang có xu hướng giảm so với năm 2019. Tổng giá trị xuất khẩu thịt tháng 12 sang thị trường các nước ASEAN chỉ đạt 184,15 nghìn USD, giảm 43,7% so với tháng trước và giảm 43,6% so với cùng kỳ năm 2019.

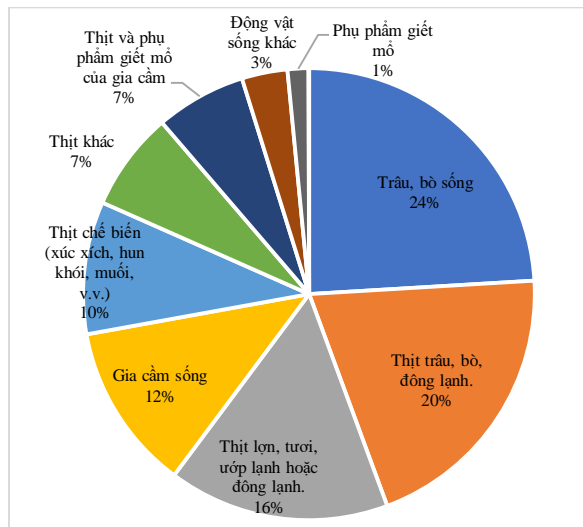
Hình 18: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang thị trường ASEAN

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tính tổng cả năm 2020, giá trị xuất khẩu thịt của Việt Nam sang thị trường các nước ASEAN đạt 3,4 triệu USD, thị trường này chiếm 3,2% tổng giá trị xuất khẩu thịt của Việt Nam, giảm 37,2% so với năm 2019 (5,43 triệu USD). Trong đó, Lào và Campuchia là hai thị trường lớn nhất trong khu vực lần lượt chiếm 43,7% và 30,1% tổng giá trị xuất khẩu thịt của Việt Nam. Thị trường đứng thứ 3 trong khu vực là Singapore với tổng giá trị xuất khẩu năm 2020 đạt 501 nghìn USD, chiếm 14,7%. Các thị trường còn lại như Malaysia, Myanmar, Indonesia, Thái Lan, Philippines có tổng giá trị xuất khẩu chiếm 11,4% trong năm 2020.

Về cơ cấu, sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam xuất sang ASEAN trong năm 2020 khá đa dạng, chiếm tỷ trọng cao nhất là trâu, bò sống (chiếm 24%), các loại thịt trâu, bò đông lạnh (chiếm 20%), tiếp đến là thịt lợn và gia cầm sống (chiếm lần lượt 16% và 12%), các loại sản phẩm chế biến từ thịt (chiếm 10%), các phụ phẩm giết mổ gia cầm (chân gà) và ếch đông lạnh đều chiếm 7%, ngoài ra là các sản phẩm động vật sống và phụ phẩm khác. Ba doanh nghiệp có giá trị xuất khẩu cao nhất trong năm 2020 là Công Ty CP Chăn Nuôi Gia Lai (chiếm 21,1%, thị trường chính là Lào); công ty Công Ty TNHH Mega Việt Phát (chiếm 8,9%, thị trường Campuchia) và công ty Công Ty TNHH MTV Thương Mại Dịch Vụ Quốc Tế Đồng Lợi (chiếm 6,7%, thị trường Lào). Giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm thịt trong tháng 11/2020 của Việt Nam từ ASEAN đạt 521,69 nghìn USD, giảm 41,2% so với cùng kỳ năm trước. Tính chung 11 tháng đầu năm 2020, giá trị nhập khẩu đạt 5,41 triệu USD, tăng giảm 0,2% so với cùng kỳ năm 2019.

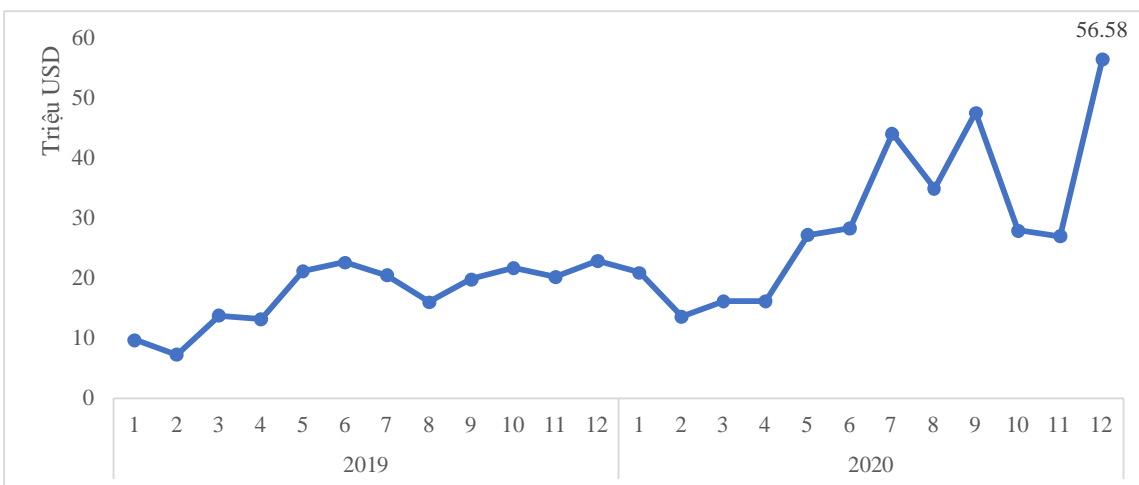
Hình 19: Cơ cấu các loại thịt và sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu sang thị trường ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về nhập khẩu, Việt Nam nhập khẩu siêu sản phẩm thịt từ các thị trường trong khối ASEAN, tổng giá trị nhập khẩu trong tháng 12 đạt 56,58 triệu USD, chiếm 27% tổng giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam trong tháng 12, tăng 109% so với tháng trước và tăng 146% so với cùng kỳ năm 2019. Tính tổng cả năm 2020, giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam từ thị trường ASEAN đạt 361,45 triệu USD, chiếm 17%, tăng 72,3% so với năm 2019. Các sản phẩm chủ yếu là gia súc, gia cầm sống, trong đó trâu, bò chiếm 59%, lợn (heo) chiếm 39,5%, gia cầm sống chiếm 1%.

Hình 20: Giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm từ thịt của Việt Nam từ thị trường ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

9. THỦY SẢN

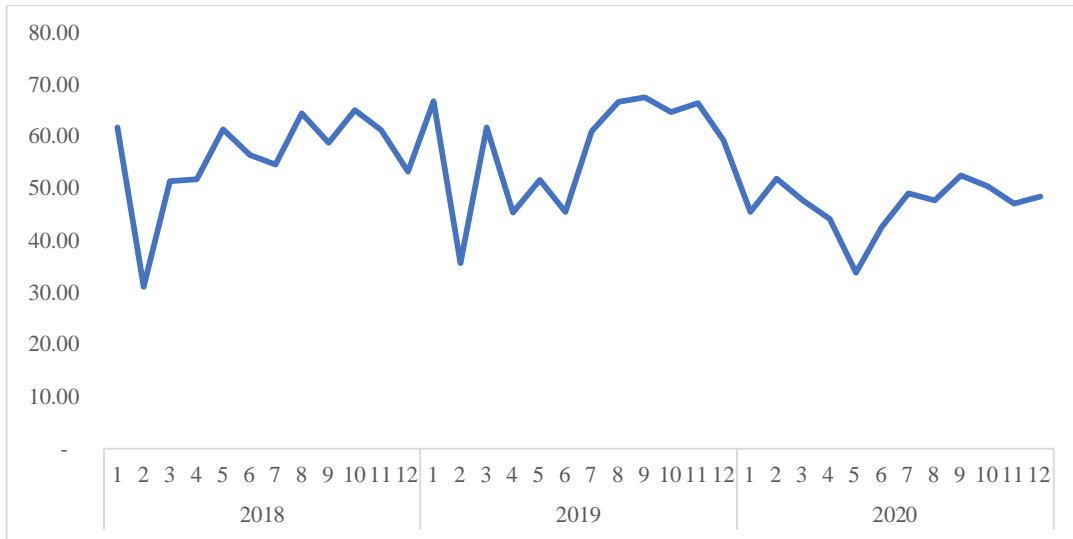
Theo Bộ Nông Lâm Ngư nghiệp Campuchia, nước này tạm thời cấm nhập khẩu toàn bộ các loại cá nuôi nhằm thúc đẩy phát triển các sản phẩm cùng loại ở trong nước. Theo thống kê từ Bộ Nông Lâm Ngư nghiệp Campuchia, sản lượng cá nuôi của nước này năm 2020 đạt 400 nghìn tấn, trong khi sản lượng cá đánh bắt từ các hồ tự nhiên và biển lần lượt đạt khoảng 413 nghìn tấn và 122 nghìn tấn.

Bộ Biển và Nghề cá Indonesia (KKP) đặt mục tiêu đưa quốc gia này trở thành nhà sản xuất tôm thẻ chân trắng lớn nhất thế giới, tăng sản lượng từ mức dưới 1 triệu tấn/năm hiện nay, lên mức 16 triệu tấn/năm. Để đạt được mục tiêu, Indonesia phải bắt đầu phát triển các ao nuôi tôm mới với tổng diện tích 200 nghìn ha từ nay đến năm 2024. Bộ Biển và Nghề cá Indonesia đặt mục tiêu nâng cao sản lượng nuôi trồng thủy sản từ mức mục tiêu 18,44 triệu tấn năm 2020, lên 19,47 triệu tấn vào năm 2021. Mục tiêu sản lượng nuôi trồng thủy sản năm 2021 bao gồm 7,92 triệu tấn thủy sản và 11,55 triệu tấn rong biển.

Indonesia lên kế hoạch tăng 250% trị giá xuất khẩu tôm của nước này vào năm 2024. Trong 5 năm tới, Indonesia đặt mục tiêu phát triển các khu vực ao nuôi tôm mới theo cụm để nâng cao năng suất và có thể nuôi đa loài như cá rô phi, rong biển, cá tráp và một số loài khác. Ủy ban tư vấn nghề cá Indonesia cho rằng số ao nuôi tôm của nước này có thể tăng 2,5 lần vào năm 2024, theo đó sản lượng có thể đạt 1,2 triệu tấn với giá trị đạt từ 2,1 – 6,4 tỷ USD. Hiện giá trị xuất khẩu tôm của Indonesia đứng sau Ấn Độ, Ê-cu-a-đo và Việt Nam.

Theo Tổng cục Hải quan Việt Nam, năm 2020, xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN đạt 560,96 triệu USD giảm 18,98% so với cùng kỳ năm 2019, chiếm 6,67% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản của cả nước. Tính riêng tháng 12/2020, giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường này đạt 48,48 triệu USD, giảm 18,27% so với cùng kỳ năm 2019, tăng 3,03% so với tháng 11/2020. Cá tra là mặt hàng xuất khẩu chính vào thị trường này chiếm 10,41% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản. Mực và bạch tuộc đứng thứ 2 chiếm 10,84%.

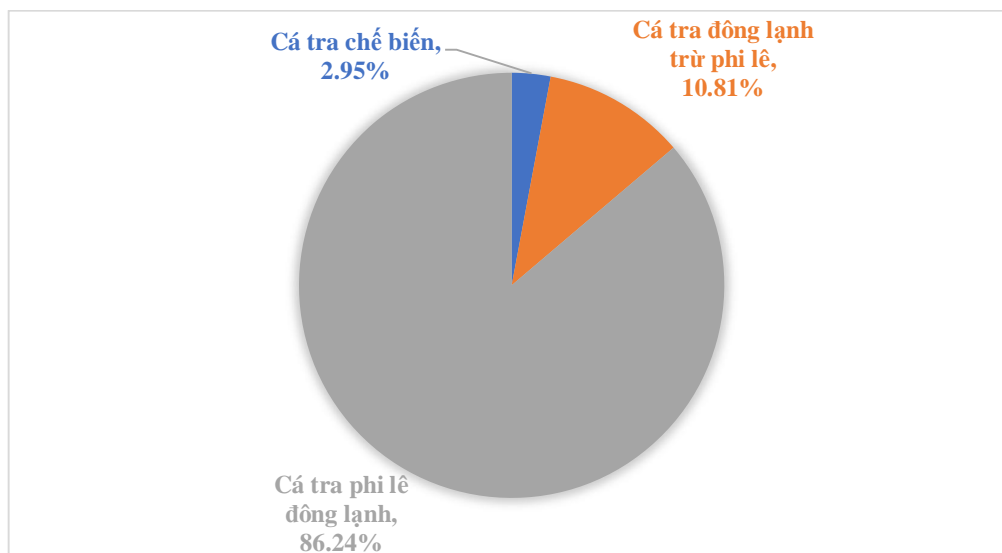
Hình 21: Giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường ASEAN



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đối với hàng cá tra, giá trị xuất khẩu tháng 12 năm 2020 đạt 10,34 triệu USD, giảm 25,80% so với cùng kỳ năm 2019, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu cá tra sang thị trường này năm 2020 đạt 132,44 triệu USD, giảm 31% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng tháng 12/2020, giá trị xuất khẩu cá tra sống/tươi/đông lạnh/ khô trừ phi-lê sang thị trường ASEAN đạt 1,12 triệu USD, tăng 60,27% so với cùng kỳ năm 2019; Cá tra chế biến đạt 0,31 triệu USD, giảm 48,62%; Cá tra phi-lê đạt 8,92 triệu USD, giảm 29,47%.

Hình 22: Cơ cấu xuất khẩu cá tra sang thị trường ASEAN tháng 11/2020



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Mặt hàng mực và bạch tuộc, giá trị xuất khẩu tháng 12 năm 2020 đạt 5,74 triệu USD, tăng 0,52% so với cùng kỳ năm 2019, đưa tổng kim ngạch xuất khẩu Mực và

bạch tuộc sang thị trường này năm 2020 đạt 74,91 triệu USD, tăng 12,47% so với cùng kỳ năm trước. Tính riêng tháng 12/2020, giá trị xuất khẩu mực và bạch tuộc đông lạnh sang thị trường ASEAN đạt 5,45 triệu USD, tăng 1,99% so với cùng kỳ năm 2019; Mực và bạch tuộc chế biến đạt 0,29 triệu USD, giảm 20,97%;

Một số mặt hàng thủy sản khác xuất khẩu sang thị trường ASEAN như sau: Cá ngừ đạt 2,2 triệu USD, giảm 45,16% so với cùng kỳ năm 2019; Cua-ghe đạt 0,35 triệu USD, giảm 32,06%; Tôm sú đạt 0,54 triệu USD, giảm 66,28%; Tôm thẻ chân trắng đạt 0,80 triệu USD, giảm 68,52%; Tôm các loại khác đạt 2,81 triệu USD, tăng 5,53 lần; Các loại thủy sản khác đạt 25,68 triệu USD, giảm 15,66%.

Tháng 12 năm 2020, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty cổ phần hải sản Tiến Đoàn Sài Gòn đạt, chiếm 4,15% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này; Công ty TNHH XNK Dalu Surimi, chiếm 3,79%; Công ty TNHH S.RUAM VIỆT NAM, chiếm 3,29%.

NHẬN ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ

1. Gạo

ASEAN là thị trường lớn nhất về xuất khẩu gạo của Việt Nam theo khu vực. Trong năm 2020, do tác động của tình hình dịch bệnh Covid-19, nên nhiều nước ASEAN đã tăng nhập khẩu gạo để đảm bảo an ninh lương thực. Tính đến tháng 01/2021, một số quốc gia ASEAN đang bị đặt trong tình trạng báo động như Indonesia đã vượt mốc 1 triệu ca nhiễm, trong khi Philippines đối phó biến thể mới lây lan trong cộng đồng... Điều này sẽ dẫn đến việc hạn chế đi lại, tăng nhu cầu tích trữ lương thực trong thời gian sắp tới của người dân các nước này. Tuy nhiên, song song với đó, các quốc gia ASEAN vẫn đang cố gắng tăng cường năng suất lúa gạo, nhằm đề phòng việc khủng hoảng khi các quốc gia xuất khẩu gạo có thể hạn chế hoạt động xuất khẩu của mình vì lý do an ninh lương thực.

2. Cà phê

Trong khu vực Đông Nam Á, cà phê hòa tan vẫn phổ biến hơn do giá rẻ và sự tiện lợi. Thị trường Malaysia là thị trường tiêu thụ cà phê hòa tan lớn nhất và nhu cầu ngày càng tăng. Mức tăng trưởng trung bình hàng năm của doanh số bán cà phê hòa tan ở Malaysia đã dao động 8 - 10%. Trong khi đó, thị trường Philippines theo dự báo của USDA, tiêu thụ cà phê nội địa niên vụ 2020/2021 vào khoảng 367 nghìn tấn, tăng 0,08%, nhập khẩu khoảng 342 nghìn tấn, tăng 0,53% so với niên vụ 2019/2020.

3. Cao su

Nguồn cung cao su Đông Nam Á đang bị thời tiết xấu ảnh hưởng đến sản lượng mủ tự nhiên. Trong khi đó, hoạt động xuất nhập khẩu cao su đang gặp khó khăn do dịch bệnh, các cảng biển hoạt động khó khăn khi tình trạng thiếu container khá trầm trọng. Tuy nhiên, thị trường cao su dự kiến sẽ ổn định trong thời gian tới, khi mùa đông tại các nước sản xuất Đông Nam Á sẽ kết thúc sớm vào đầu năm 2021, sau đó là thời tiết ẩm áp thuận lợi cho sự phát triển của cây cao su.

4. Tiêu

Nhìn chung, giá tiêu trong năm 2020 giảm mạnh ở giai đoạn nửa đầu năm do tác động của dịch Covid-19 bùng phát, nhu cầu nhập khẩu của một số nước ASEAN giảm, cùng với việc Trung Quốc đẩy mạnh lượng hạt tiêu bán ra cũng tác động đến giá xuất khẩu tiêu của Việt Nam. Dự báo 6 tháng đầu năm 2021 xuất khẩu tiêu tiếp tục gặp khó khăn do dịch bệnh vẫn diễn biến phức tạp tại các nước, nhiều nước phải đóng cửa các quán ăn, nhà hàng...

5. 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 năm 2020

STT	Sản phẩm	Tháng 12/ 2020 (USD)	Tăng /giảm so T11/2020	Tăng /giảm so T12/2019	Tỷ trọng
1	Cà phê	20.403.415	27,17%	-11,81%	6,02%
2	Cao su	3.403.650	-18,94%	10,82%	1,01%
3	Chè	1.003.495	36,32%	-54,71%	0,30%
4	Gạo	160.601.471	174,57%	73,42%	47,42%
5	Gỗ và sản phẩm gỗ	21.426.779	28,06%	47,44%	6,33%
6	Hàng rau quả	20.974.077	-20,48%	-49,50%	6,19%
7	Hàng thủy sản	48.482.014	3,03%	-18,27%	14,32%
8	Hạt điều	8.445.340	36,34%	-2,26%	2,49%
9	Hạt tiêu	3.995.260	26,57%	-9,05%	1,18%
10	Phân bón các loại	19.169.806	22,65%	63,47%	5,66%
11	Sản phẩm từ cao su	5.394.809	-1,43%	15,87%	1,59%
12	Sắn và các sản phẩm từ sắn	966.659	20,77%	-70,59%	0,29%
13	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	24.204.981	-3,40%	31,95%	7,15%
14	Thịt và SP từ thịt	184.147	-43,74%	-43,65%	0,05%
Tổng XK NLTS		338.655.903	49,67%	17,67%	100%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 2: Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng gạo sang ASEAN năm 2020

TT	Loại sản phẩm	Tháng 12/2019		Tháng 12/2020		So sánh 2020/19 (%)	
		Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng	Khối lượng (tấn)
1	Gạo trắng	148.261	62.566.944	202.943	107.219.172	36,9%	71,4%
2	Gạo thơm	46.134	21.684.872	68.655	36.418.722	48,8%	67,9%
3	Các loại gạo khác	13.656	8.356.601	32.610	16.963.576	138,8%	103,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 3: Giá trị xuất khẩu một số loại rau quả chính sang ASEAN năm 2020

TT	Sản phẩm	T12/2019	T12/2020
----	----------	----------	----------

	(USD)	(USD)	So sánh T12.2020/T12.2019
Tổng giá trị XK	41.532.039	20.974.077	-49,5%
1 Dừa	9.624.542	4.859.089	-49,5%
2 Ót	1.432.431	4.565.924	218,8%
3 Khoai lang	2.274.901	1.922.468	-15,5%
4 Tỏi	1.449.890	1.615.974	11,5%
5 Thanh long	1.477.591	1.104.750	-25,2%
6 Sầu riêng	12.612.979	883.235	-93,0%
7 Gừng	1.476.999	845.223	-42,8%
8 Chuối	660.772	746.575	13,0%
9 Khác	10.521.934	4.430.840	-57,9%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 4: Cơ cấu sản phẩm cà phê xuất khẩu

Mặt hàng	T12/2019 (USD)	T12/2020 (USD)	So sánh T12/2019 và T12/2020
Chưa rang, chưa khử caffein (HS 090111)	9.253.760	7.301.653	-21,10%
Chưa rang, đã khử caffein (HS 090112)	-	-	-
Đã rang, chưa khử caffein (HS 090121)	674.665	470.611	-30,25%
Đã rang, đã khử caffein (HS 090122)	17.168	788	-95,41%
Cà phê khác (HS090190)	50.932	204	-99,60%
Chiết xuất, tinh chất và cô đặc (HS 210111)	19.146.436	11.836.598	-38,18%
Chế phẩm có TP chiết xuất, tinh chất hoặc cô đặc (HS 210112)	846.915	793.560	-
Tổng	29.298.645	20.403.415	-30,36%

Bảng 5: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang ASEAN năm 2020

T	Sản phẩm	2019 (USD)	2020 (USD)	So sánh 2020/2019
1	Trâu, bò sống	-	818.728,3	-
2	Lợn sống	27.267,8	-	-
3	Gia cầm sống	475.783,7	408.401,7	-14%
4	Động vật sống khác	73.791,0	111.543,0	51%
5	Thịt trâu, bò, tươi hoặc ướp lạnh.	76.822,2	493,0	-99%
6	Thịt trâu, bò, đông lạnh.	405.669,5	692.943,0	71%
7	Thịt lợn, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh.	3.323.682,6	538.859,2	-84%
8	Thịt cừu hoặc dê, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh.	21.308,1	-	-
9	Phụ phẩm giết mổ	59.934,0	50.640,0	-16%
10	Thịt và phụ phẩm giết mổ của gia cầm	94.690,6	221.417,1	134%
11	Thịt khác	112.630,0	240.537,1	114%
12	Thịt chế biến (xúc xích, hun khói, muối, v.v.)	756.049,3	323.856,9	-57%
Tổng		5.427.628,7	3.407.419,3	-37%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 6: Xuất khẩu sản phẩm thủy sản sang thị trường ASEAN năm 2020

Loại sản phẩm	Tháng 12/2019 (USD)	Tháng 12/2020 (USD)	So sánh 2020/19 (%)
Cá ngừ	59.318.605,84	48.482.014,48	-18,27%
Cá tra	4.018.670,19	2.203.791,12	-45,16%
Cua - ghe	13.938.846,02	10.343.246,23	-25,80%
Mực và bạch tuộc	520.771,69	353.790,36	-32,06%
Tôm sú	5.709.048,54	5.738.855,52	0,52%
Tôm thẻ chân trắng	1.615.676,61	544.802,74	-66,28%
Tôm loại khác	2.554.231,32	804.146,14	-68,52%
Thủy sản khác	508.197,72	2.808.904,57	452,72%

Nguồn: Tổng cục Hải quan