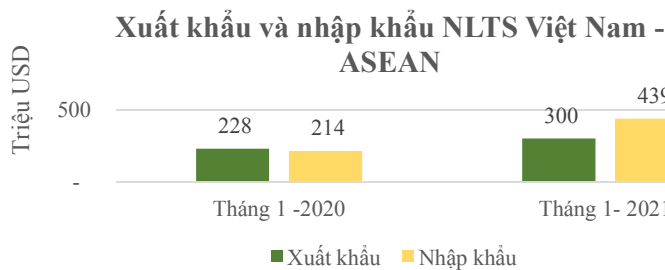


# BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

## Thị trường ASEAN



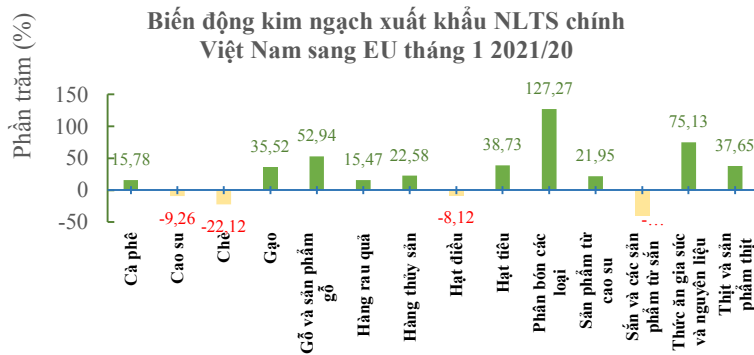
### TÌNH HÌNH CHUNG



**So sánh xuất nhập khẩu NLTS Việt Nam – ASEAN**

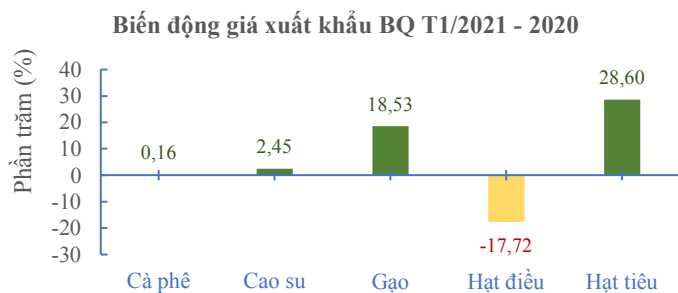
(Tháng 1/ 2021 – Tháng 1/ 2020)

- ✦ Xuất khẩu ▲ 31,39 %
- ✦ Nhập Khẩu ▲ 105,22 %



**So sánh T1 2021/ 2020**

- ✦ Cà phê ▲ 15,78%
- ✦ Cao su ▼ 9,26%
- ✦ Chè ▼ 22,12 %
- ✦ Gạo ▲ 35,52%
- ✦ Gỗ và SP Gỗ ▲ 52,94%
- ✦ Rau quả ▲ 15,47%
- ✦ Thủy sản ▲ 22,58%
- ✦ Hạt điều ▼ 8,12%
- ✦ Hạt tiêu ▲ 38,73%
- ✦ Phân bón ▲ 127,27%
- ✦ SP từ cao su ▲ 21,95%
- ✦ Sản & SP sản ▼ 32,94%
- ✦ TĂGS và NL ▲ 75,13%
- ✦ Thịt và SP thịt ▲ 37,65%



**So sánh giá xuất khẩu BQ năm T1 2021/2020**

- ✦ Cà phê ▲ 0,16%
- ✦ Cao su ▲ 2,45%
- ✦ Gạo ▲ 18,53 %
- ✦ Hạt điều ▼ 17,72%
- ✦ Hạt tiêu ▲ 28,6%

## TỔNG QUAN TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Mặc dù dịch COVID-19 vẫn diễn biến phức tạp trong khu vực, nhưng hoạt động xuất nhập khẩu của Việt Nam trong tháng đầu năm 2021 vẫn ghi nhận đà tăng trưởng cao so với cùng kỳ năm 2020, xuất khẩu đạt 300 triệu USD, tăng 30,39%; nhập khẩu đạt 439 triệu USD, tăng 105,22%. 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. Ngoại trừ 4 mặt hàng có xuất khẩu giảm là: sắn và các sản phẩm sắn (-32%), chè (-22%), cao su (-9%), hạt điều (-8%). Các mặt hàng còn lại đều có tăng trưởng dương, đặc biệt là một số mặt hàng như phân bón các loại (+127%), thức ăn gia súc và nguyên liệu (+75%), gỗ và các sản phẩm gỗ (+52%), hạt tiêu (+38%), thịt (+37%), gạo (+35%), thủy sản (+22%), rau quả (+15%)... (chi tiết phụ lục đính kèm).

Hội nghị Bộ trưởng Không chính thức ASEAN (IAMM) đã được triệu tập vào ngày 2/3/2021 thông qua cầu truyền hình. Các nước ASEAN đã thống nhất sử dụng 10,5 triệu USD từ Quỹ ASEAN ứng phó COVID-19 để mua vaccine hỗ trợ người dân các nước thành viên, trên cơ sở phân bổ đồng đều cho cả 10 nước. Việc triển khai Khung phục hồi tổng thể ASEAN cũng đang tiến triển khả quan trên cả 3 trụ cột Cộng đồng, với 24/183 sáng kiến đã hoàn tất và 127 sáng kiến dự kiến triển khai trong năm 2021. Các nước ASEAN cũng nhất trí sớm bắt tay vào xây dựng Khung hành lang đi lại ASEAN nhằm tạo điều kiện thuận lợi cho di chuyển thiết yếu của người dân các nước ASEAN trong bối cảnh dịch bệnh phức tạp.

Ngày 2/3 Thái Lan đã thông qua việc mở lại ba trạm kiểm soát biên giới nổi Thái Lan với Lào bị đóng cửa để phòng chống sự lây lan của dịch COVID-19 kể từ đợt bùng phát đầu tiên năm ngoái. Tuy nhiên, việc mở cửa trở lại sẽ chỉ áp dụng cho vận chuyển hàng hóa và sản phẩm. Các biện pháp ngăn chặn dịch COVID-19 nghiêm ngặt sẽ được áp dụng tại các trạm kiểm soát. Lào hiện là đối tác thương mại qua biên giới lớn thứ hai của Thái Lan sau Malaysia. Theo Bộ Thương mại Thái Lan, thương mại qua biên giới của nước này với Lào trong năm 2020 đạt 190 tỷ baht (6,27 tỷ USD), giảm 3,85% so với năm trước. Năm ngoái, tổng thương mại biên giới của Thái Lan giảm 1,7% so với năm 2019, chủ yếu là do đại dịch COVID-19 và việc đóng cửa các trạm kiểm soát biên giới để hạn chế sự lây lan của dịch bệnh cũng như việc đồng baht mạnh lên. Bộ Thương mại Thái Lan dự báo thương mại xuyên biên giới của nước này sẽ phục hồi với mức tăng trưởng từ 3-6% trong năm nay, nhờ vào việc phân phối vaccine ngừa COVID-19 và sự phục hồi kinh tế toàn cầu. Thương mại xuyên biên giới, kể cả thương mại quá cảnh, của Thái Lan có khả năng tạo ra 1.360-1.400 tỷ baht (44,6-45,9 tỷ USD) trong năm 2021 so với con số 1.310 tỷ baht của năm 2020. Thái Lan dự kiến đề xuất nới lỏng các biện pháp kiểm soát dịch bệnh tại 54/77 tỉnh của Thái Lan, thay vì 35 tỉnh như hiện nay. Lô vaccine đầu tiên gồm 200.000 liều của Sinovac tới Thái Lan ngày

24/2, là một phần của đơn đặt hàng 2 triệu liều vaccine với tổng giá trị 1,2 tỉ baht (khoảng 40 triệu USD). Nếu không có sự cố ngoài ý muốn, các lô vaccine tiếp theo sẽ đến theo đúng kế hoạch và Thái Lan sẽ có đủ vaccine để đạt miễn dịch cộng đồng.

Năm 2020, Nam Phi đã gia nhập Hiệp ước Thân thiện và Hợp tác ở Đông Nam Á để tiếp nhận các cơ hội phát triển và thương mại đáng kể sẵn có ở khu vực này. Nước này cũng sẽ được hưởng lợi từ Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP) giữa Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) và các đối tác. RCEP tạo ra khối thương mại tự do lớn nhất thế giới, với tổng sản phẩm quốc nội (GDP) khoảng 26.000 tỷ USD, tương đương 30% GDP toàn cầu. Nam Phi sẽ thúc đẩy sự tham gia với ASEAN để tăng cường quan hệ thương mại, đầu tư và du lịch theo hướng cùng có lợi, đồng thời hỗ trợ phát triển và đào tạo kỹ năng cho người dân Nam Phi. Nam Phi đã đạt được thỏa thuận xuất khẩu thịt bò sang thị trường Malaysia kể từ tháng 11/2020, xuất khẩu trái cây sang Thái Lan. Nam Phi đang tiếp tục đàm phán để xuất khẩu nho tươi đến Việt Nam và Hàn Quốc, xuất khẩu bơ đến Ấn Độ và Nhật Bản, cũng như xuất khẩu lê đến Trung Quốc và Ấn Độ.

Canada đã tiến hành tham vấn cộng đồng về Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện (CEPA) với Indonesia. Việc xây dựng CEPA với Indonesia sẽ giúp Canada đạt được một hiệp định thương mại tự do (FTA) với ASEAN, vốn đang ở giai đoạn đàm phán thăm dò. Canada là đối tác đối thoại của ASEAN từ năm 1977 - một trong 10 quốc gia có tư cách này - qua đó hai khu vực hợp tác về lợi ích kinh tế, các vấn đề chính trị và an ninh, hội nhập khu vực và đối thoại giữa các tín ngưỡng. Thương mại song phương giữa Canada và Indonesia vẫn ở mức nhỏ - chỉ đạt hơn 3,7 tỷ USD vào năm 2019 - so với nước láng giềng là Mỹ, nước có tổng thương mại song phương với Indonesia đạt 30 tỷ USD trong cùng năm. Trong khi Canada tiếp tục tham gia thiết lập CEPA với Indonesia, quốc gia này cũng đang tìm kiếm cơ hội để tìm kiếm một FTA với khối ASEAN. Canada đã có thỏa thuận thương mại tự do với một số quốc gia ASEAN (Malaysia, Singapore, Việt Nam và Brunei) thông qua tư cách thành viên của Hiệp định Tiến bộ Toàn diện Hiệp định Đối tác Thái Bình Dương (CPTPP), được chính thức ký kết vào năm 2018.

Hiệp định Đối tác Kinh tế Kỹ thuật số của Singapore (DEPA) với New Zealand và Chile có hiệu lực từ ngày 7 tháng 1 năm 2021. DEPA được ký lần đầu tiên vào tháng 6 năm 2020 và là thỏa thuận thương mại 'chỉ kỹ thuật số' đầu tiên trên thế giới thiết lập các quy tắc thương mại kỹ thuật số và hợp tác kinh tế kỹ thuật số. DEPA sẽ thiết lập các cách tiếp cận mới đối với các vấn đề thương mại kỹ thuật số, từ đổi mới dữ liệu đến dễ dàng luồng dữ liệu xuyên biên giới để thúc đẩy AI. Thỏa thuận kinh tế số cuối cùng sẽ giúp các doanh nghiệp giảm chi phí hoạt động và cải thiện khả năng tiếp cận thị trường của nhau.

Ấn Độ là quốc gia bị ảnh hưởng nặng thứ ba trên thế giới bởi đại dịch Covid-19 và đã bị thu hẹp GDP đáng kể do các đợt đóng cửa nhiều lần và kéo dài trên khắp đất nước. Trong bối cảnh đó, sau 10 năm kể từ khi FTA với khối Đông Nam Á có hiệu lực, Ấn Độ đã yêu cầu xem xét lại phạm vi của Hiệp định Thương mại hàng hóa ASEAN - Ấn Độ (AITIGA), có hiệu lực vào tháng 1 năm 2010, nhằm làm cho hiệp định thương mại tự do

thân thiện hơn với người dùng, đơn giản và tạo thuận lợi thương mại cho các doanh nghiệp. Ấn Độ cho rằng Trung Quốc đã tận dụng lợi thế quá mức của FTA ASEAN-Ấn Độ (AIFTA) do các quy tắc xuất xứ lỏng lẻo. Xuất khẩu của Ấn Độ sang ASEAN trong giai đoạn 2019-2020 trị giá 31,49 tỷ USD trong khi nhập khẩu từ khối này đạt 55,37 tỷ USD. Một trong những rào cản đối với thương mại gia tăng là hàng rào thuế quan của ASEAN. Khuôn khổ AIFTA hiện tại kêu gọi tăng giá trị tối thiểu 35% ở một trong các quốc gia ASEAN để đủ điều kiện hưởng FTA ở Ấn Độ.

Nhiều khu vực trên thế giới đang đối mặt tình trạng thiếu vỏ container rỗng do đại dịch viêm phổi cấp COVID-19 cùng với đà phục hồi kinh tế không đồng đều trên toàn cầu. Sự khan hiếm diễn ra trầm trọng nhất ở châu Á. Tình trạng thiếu vỏ container đang đẩy cước vận tải biển lên gấp 300%, và đối tượng chịu tác động nặng nhất là các công ty thương mại điện tử và người tiêu dùng. Mirko Woitzik, nhà quản lý giải pháp phòng ngừa rủi ro tại công ty chuyên về chuỗi cung ứng Resilience36, cho biết giá cước vận tải biển tuyến từ châu Á sang Bắc Âu trong tháng 12/2020 đã tăng 264% so với thời điểm một năm trước. Đối với hành trình từ châu Á sang bờ Tây nước Mỹ, cước vận tải biển tăng 145% chỉ trong một năm. Thực trạng thiếu vỏ container ở châu Á cũng nhanh chóng lan sang nhiều nước châu Âu như Đức, Áo, Hungary - khi các hãng vận tải tìm cách thay đổi hành trình container sang phương Đông. Trong khi đó hoạt động vận chuyển hàng hóa bằng đường hàng không đã giảm đáng kể do virus corona và các biện pháp hạn chế đi lại.

Quỹ Tiền tệ quốc tế IMF (tháng 01/2021) dự báo tăng trưởng của khu vực ASEAN-5<sup>1</sup> 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. Theo khảo sát do Trung tâm Nghiên cứu Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á (ASEAN) thuộc Viện nghiên cứu Đông Nam Á (ISEAS-Yusof Ishak) có trụ sở tại Singapore công bố ngày 10/2. Có tới 76,0% số người được hỏi cho rằng mối đe dọa của đại dịch COVID-19 đối với sức khỏe của con người hiện là thách thức cấp bách nhất của khu vực. Trong khi đó, 63% nhận định thất nghiệp và suy thoái kinh tế là những vấn đề lớn; 40,7% đánh giá khoảng cách về kinh tế - xã hội và chênh lệch thu nhập là thách thức lớn của ASEAN trong năm 2021. Khảo sát cũng đề cập cạnh tranh Mỹ - Trung đang diễn ra, theo đó 76,3% số người được hỏi đánh giá Trung Quốc vẫn là cường quốc kinh tế có ảnh hưởng không thể tranh cãi trong khu vực và 72,3% quan ngại về ảnh hưởng kinh tế ngày càng tăng của Trung Quốc. Trong khi đó, tỷ lệ tin tưởng Mỹ như một đối tác chiến lược và an ninh khu vực tăng từ mức 34,9% năm 2020 lên 55,4% trong năm nay. Có 68,6% dự đoán chính quyền của tân Tổng thống Joe Biden sẽ nâng cao mức độ gắn bó của Mỹ với khu vực này. Khảo sát của Viện ISEAS cũng cho thấy đa số tiếp tục bày tỏ quan ngại về tình hình Biển Đông, theo đó ủng hộ áp dụng nguyên tắc tôn trọng luật pháp quốc tế trong vấn đề này.

<sup>1</sup> ASEAN-5 gồm Thái Lan, Việt Nam, Indonesia, Philippines, Malaysia

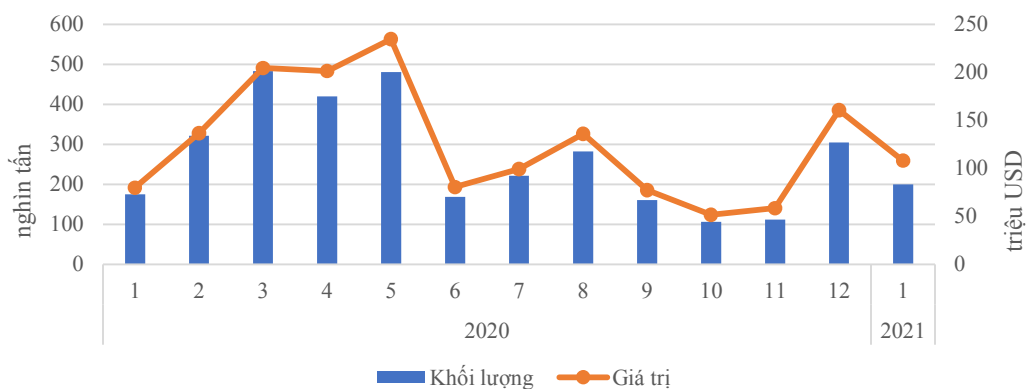
## CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC

### 1. LÚA GẠO

Theo dự báo cập nhật tháng 02/2021 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, trong tháng 01/2021, Việt Nam xuất khẩu được 200,1 nghìn tấn gạo, trị giá 108,0 triệu USD sang thị trường ASEAN, giảm 34,2% về khối lượng và 32,7% về giá trị so với tháng 12/2020, và 14,3% về khối lượng và 35,5% so với cùng kỳ năm 2020.

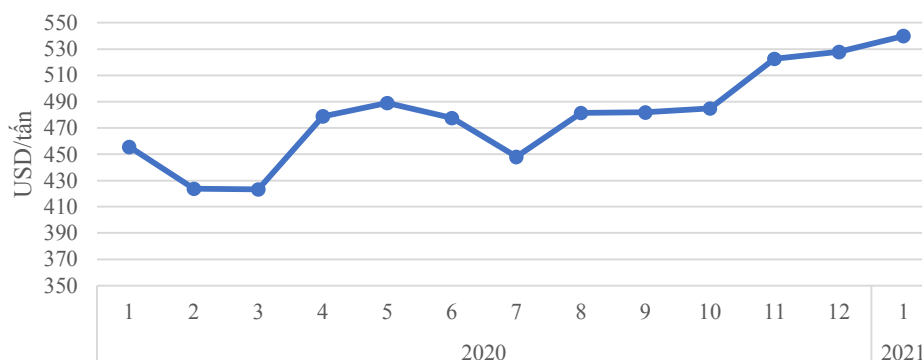
**Hình 1: Khối lượng và giá trị xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

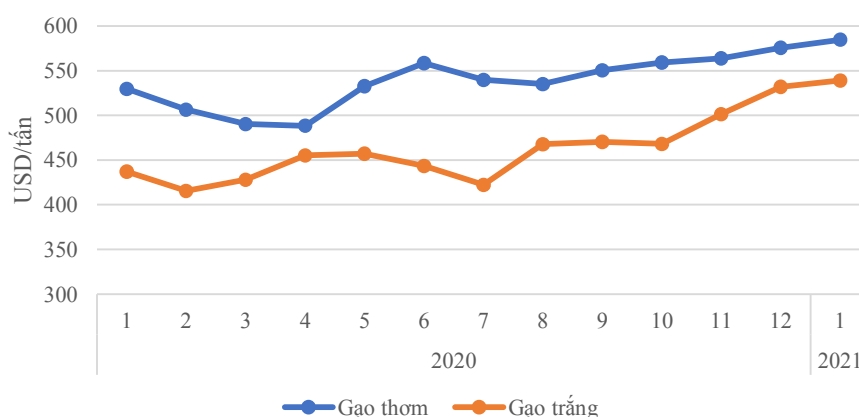
Trong tháng 01/2021, gạo trắng là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN đạt 123,2 nghìn tấn, trị giá 66,6 triệu USD (chiếm 61,6% về khối lượng và 61,6% về giá trị); so với tháng 01/2020, xuất khẩu gạo trắng sang ASEAN đã tăng 3,9% về khối lượng và 31,0% về giá trị. Đứng thứ hai là gạo thơm đạt 54,5 nghìn tấn, trị giá 29,8 triệu USD (chiếm 27,2% về khối lượng và 27,5% về giá trị); so với tháng 01/2020, xuất khẩu gạo thơm sang ASEAN đã tăng 52,9% về khối lượng và 76,4% về giá trị.

Giá xuất khẩu gạo trung bình sang thị trường ASEAN tháng 01/2021 đạt 540,0 USD/tấn, tăng 2,3% so với tháng 12/2020 và 18,5% so với cùng kỳ năm 2020.

**Hình 2: Giá gạo 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 01/2021 đạt trung bình 539,2 USD/tấn, tăng 1,4% so với tháng 12/2020 và 23,3% so với cùng kỳ năm ngoái. Giá gạo thơm đạt 584,7 USD/tấn, tăng 1,6% so với tháng 12/2020 và 10,4% 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 01/2021, top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty CP Tập đoàn Intimex, Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thành Tín và Tổng Công ty Lương thực miền Nam. Ba công ty này lần lượt chiếm 11,7%, 9,8%, 6,8% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường ASEAN trong tháng 01/2021. So với cùng kỳ năm 2020, kim ngạch xuất khẩu của các công ty này ước tính tăng trưởng như sau: Công ty CP Tập đoàn Intimex tăng 5,5%, Công ty TNHH Thương mại và Dịch vụ Thành Tín tăng 9,0% và Tổng Công ty Lương thực miền Nam tăng 70,4%.

## 2. RAU QUẢ

Theo thông tin từ Thương vụ Việt Nam tại Thái Lan, Thái Lan và Trung Quốc đã ký kết biên bản hỗ trợ xuất khẩu hoa quả. Biên bản mới được ký kết giữa Phòng Thương mại Thái Lan - Trung Quốc và Tập đoàn Chứng nhận và kiểm định Trung Quốc (CCIC), CCIC sẽ hỗ trợ doanh nghiệp xuất khẩu hoa quả của Thái Lan vào Trung Quốc xuyên suốt quá trình đăng ký, kiểm dịch, kiểm tra phù hợp với quy định xuất khẩu.

Trước khi biên bản được ký kết, sản phẩm nông nghiệp của Thái Lan nhập khẩu vào Trung Quốc thường gặp nhiều khó khăn trong quá trình hoàn thiện thủ tục nhập khẩu. Việc ký kết văn bản sẽ tạo điều kiện giúp thu gọn thủ tục nhập khẩu dưới 04 ngày kèm theo thông tin sản phẩm có thể được kiểm tra thông qua mã QR. Thời điểm ký kết rất thuận lợi khi vụ mùa sầu riêng, chôm chôm và măng cầu sẽ được đưa ra thị trường trong những tháng tới đây.

Theo Freshplaza.com, xuất khẩu trái cây Thái Lan sang Trung Quốc tăng 39% vào năm 2020. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu trái cây lớn nhất của Thái Lan. Thái Lan xuất khẩu hơn 20 loại sang Trung Quốc, trong đó sầu riêng, măng cụt và nhãn có lượng xuất khẩu lớn nhất. Bất chấp tác động của Covid-19, xuất khẩu trái cây của nước này sang Trung Quốc vẫn tiếp tục tăng trưởng đáng kể vào năm 2020, đạt 2,9 tỷ USD, tăng 39,43% so với cùng kỳ năm ngoái. Xuất khẩu sầu riêng đã vượt 1,5 tỷ USD, tăng 77,57% so với cùng kỳ năm ngoái.

Để tăng cường xuất khẩu sang Trung Quốc, Thái Lan đang tích cực nâng cao chất lượng, tiêu chuẩn trái cây và hệ thống quản lý truy xuất nguồn gốc sản phẩm. Hai nước đã làm việc cùng nhau để bắt đầu tuyến đường sắt xuyên biên giới chuyên chở trái cây. Trung Quốc đã mở cảng đường sắt Pingxiang Quảng Tây và cảng Đông Hưng là cảng nhập trái cây Thái Lan vào Trung Quốc thông qua nước thứ ba, mở ra một tuyến đường mới cho thương mại trái cây giữa hai nước.

Bộ Thương mại Thái Lan có kế hoạch áp dụng kết hợp các phương pháp tiếp cận trực tuyến và ngoại tuyến trong năm nay để tổ chức phiên bản thứ hai của sự kiện “Tháng vàng trái cây Thái Lan” tại 14 thành phố ở Trung Quốc, bao gồm Thượng Hải, Quảng Châu, Vũ Hán và Thanh Đảo. sự kiện diễn ra tại 11 thành phố ở Trung Quốc vào năm 2020.

Theo Freshplaza.com, xuất khẩu của Campuchia sang Trung Quốc năm 2020 tăng hơn 8% về giá trị lên 1,086 tỷ USD so với năm 2019 (1,004 tỷ USD). Ngược lại, nhập khẩu của Campuchia từ Trung Quốc năm 2020 giảm khoảng 10% về giá trị, chỉ

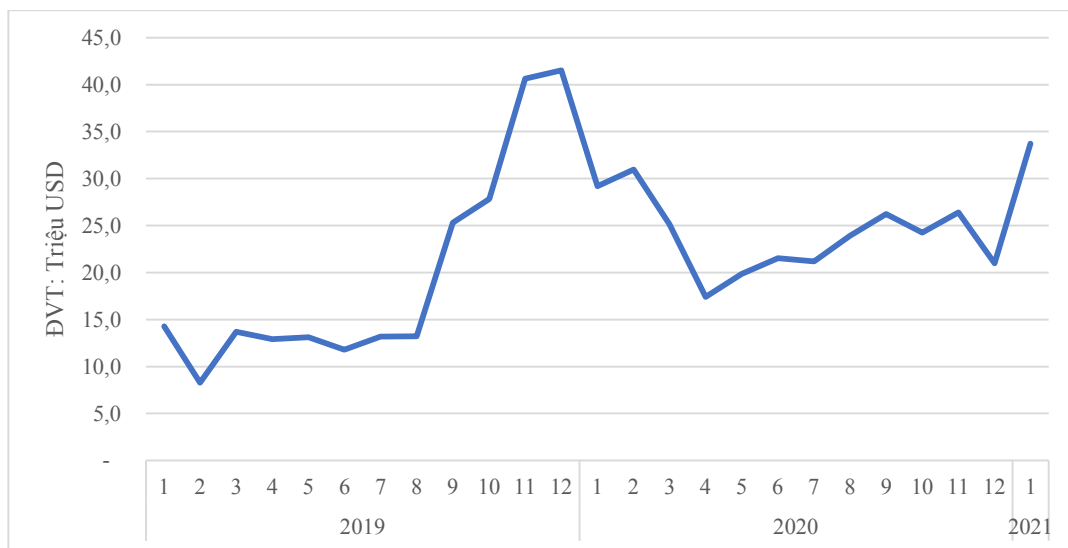
còn hơn 7 tỷ USD. Theo Phó tịch Phòng Thương mại Campuchia, Lim Heng nhấn mạnh rằng quan hệ thương mại Campuchia-Trung Quốc vẫn rất mạnh mẽ, ngay cả khi các nền kinh tế khu vực và toàn cầu đang đối mặt với sự gián đoạn trong chuỗi giá trị. Ngoài ra, Campuchia còn có triển vọng tăng trưởng xuất khẩu trong tương lai do Hiệp định Thương mại Tự do song phương Campuchia-Trung Quốc (CCFTA) được ký kết vào ngày 12/10/2020, cho phép Campuchia xuất khẩu nhiều loại hàng hóa sang quốc gia châu Á với mức thuế suất 0%.

Hiện tại, hơn 700 xe chở trái cây của Myanmar bị ách tắc ở cửa khẩu biên giới tại thị trấn Muse tiếp giáp với Trung Quốc, nguyên nhân là sau khi phát hiện một tài xế có kết quả dương tính với Covid-19, chỉ khoảng 80 xe tải chở hàng được phép ra vào Trung Quốc, dẫn đến các xe phải xếp hàng chờ đợi, dẫn đến nguy cơ hư hỏng và thất thoát sản phẩm.

Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP) bao gồm 10 nước thành viên ASEAN và 5 nước, bao gồm Úc, Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản và New Zealand. Với việc ký kết Hiệp định Đối tác Kinh tế Toàn diện Khu vực (RCEP), Việt Nam có cơ hội tốt hơn cho xuất khẩu nông sản, đặc biệt là rau quả tươi sang các quốc gia thành viên trong khu vực. Do giảm được chi phí lưu kho và chi phí vận chuyển, Hiệp định RCEP được kỳ vọng sẽ làm tăng giá trị xuất khẩu của ngành nông nghiệp Việt Nam nói chung và rau quả nói riêng.

Giá trị xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang thị trường ASEAN tháng 1 năm 2021 đạt 33,7 triệu USD, chiếm 10,9% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 60,8% so với tháng trước và tăng 14,2% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 29,5 triệu USD).

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



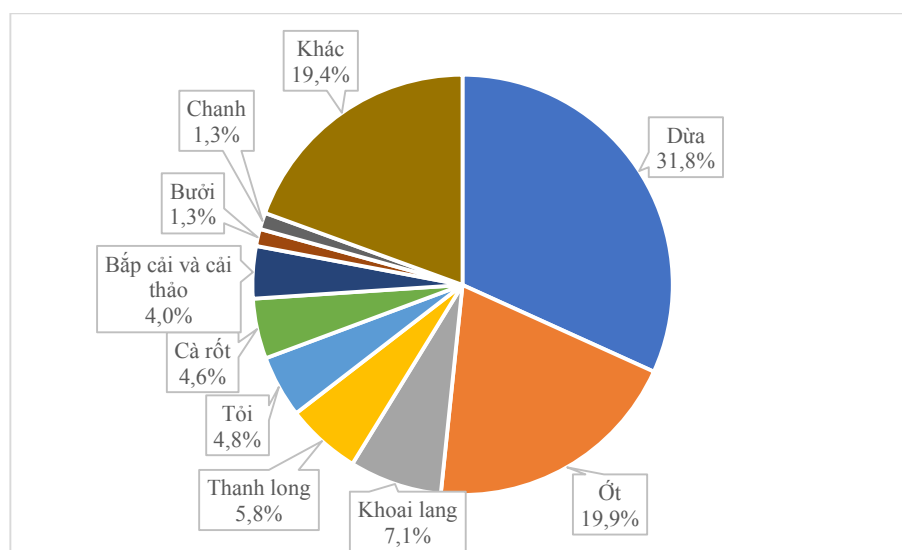
*Nguồn: Tổng cục Hải quan*



Cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang ASEAN tháng 1 năm 2021, mặt hàng rau quả tươi, khô, đông lạnh, sơ chế đạt 30,6 triệu USD (chiếm 90,7% thị phần, tăng 9,6% so với cùng kỳ năm 2019) và mặt hàng rau quả chế biến đạt 3,1 triệu USD (chiếm 9,3% thị phần, tăng 92,7%), trong đó: (i) trái cây đông lạnh, sấy khô, dẻo (mã HS 2008) đạt 1,2 triệu USD (tăng 209,6% so với cùng kỳ năm trước); (ii) Trái cây ngâm, cô đặc, mút dẻo (mã HS 2007) đạt 719,3 nghìn USD (tăng 131%); (iii) nước ép, nước cốt trái cây (mã HS.2009) đạt 611,2 nghìn USD (tăng 73%); ...

Trong tháng 1 năm 2021, các mặt hàng rau quả có giá trị xuất khẩu sang ASEAN nhiều nhất bao gồm dưa đạt 10,7 triệu USD (chiếm 31,8% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 9,6% so với cùng kỳ năm 2019); ớt đạt 6,7 triệu USD (chiếm 19,9%, tăng 394,3%); khoai lang đạt 2,4 triệu USD (chiếm 7,1%, tăng 29,7%); thanh long đạt 1,9 triệu USD (chiếm 5,8%, giảm 28,4%); tỏi đạt 1,6 triệu USD (chiếm 4,8%, tăng 59,9%); cà rốt đạt 1,6 triệu USD (chiếm 4,6%, tăng 124,1%); ...

**Hình 5: Cơ cấu một số loại rau quả chính xuất khẩu sang ASEAN T1/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá trị nhập khẩu rau quả của Việt Nam từ thị trường ASEAN tháng 1 năm 2021 đạt 25,6 triệu USD, chiếm 17,2% tổng giá trị nhập khẩu, giảm 23,28 so với cùng kỳ năm 2019 (đạt 20,7 triệu USD). Trong tháng 1/2021, sản phẩm rau quả Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường này là đậu xanh và đậu đen đạt 13,3 triệu USD (chiếm 51,7%, tăng 83,4%); nhãn đạt 4,3 triệu USD (chiếm 16,8%, giảm 43,8%); hạt dẻ cười đạt 0,6 triệu USD (chiếm 2,1%, gấp 46 lần cùng kỳ năm 2019); ...

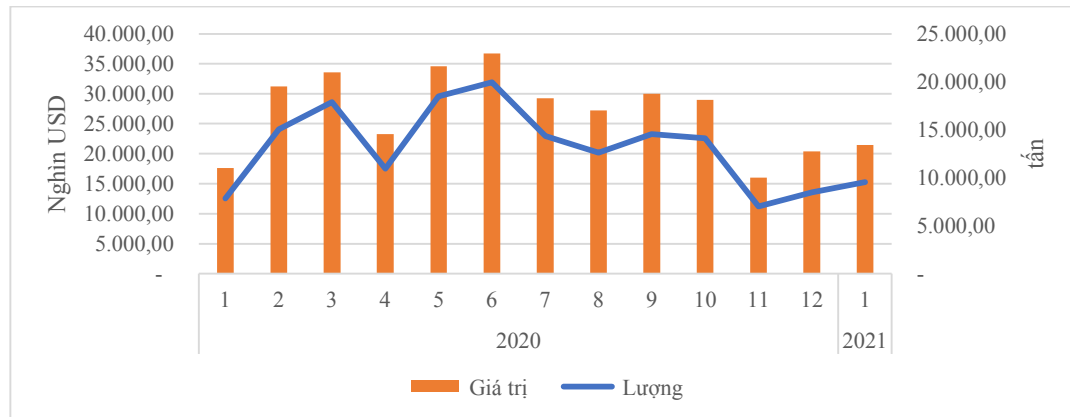
Trong tháng 11/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH XNK Dương Lan Hà Tiên, Công ty TNHH MTV Sản xuất – Thương mại – XNK Hoàng Nam và Chi nhánh Công ty TNHH Olam Việt Nam tại

KCN Biên Hòa II với thị phần xuất khẩu lần lượt là: 7,7%; 5,5% và 5,2%. So với cùng kỳ năm ngoái, kim ngạch xuất khẩu của Chi nhánh Công ty TNHH Olam Việt Nam tại KCN Biên Hòa II cao gấp 5 lần. Trong khi Công ty TNHH XNK Dương Lan Hà Tiên và Công ty TNHH MTV Sản xuất – Thương mại – XNK Hoàng Nam không xuất khẩu trong tháng 1/2020 nhưng đã đẩy mạnh xuất khẩu được trong tháng 1/2021.

### 3. CÀ PHÊ

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường ASEAN tháng 1/2021 tiếp tục đà tăng trong 3 tháng liên tiếp. Xuất khẩu đạt 9,5 nghìn tấn, giá trị 21,4 triệu USD, tăng 12,5% về khối lượng và tăng 5,1% về giá trị so với tháng 12/2020; so với cùng kỳ tháng 1/2020, xuất khẩu cà phê tăng 21,7% về khối lượng và tăng 21,7% về giá trị.

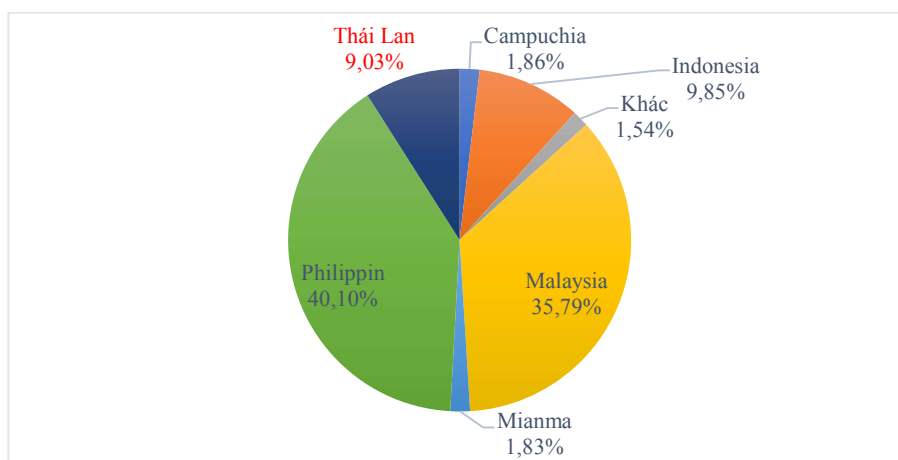
**Hình 6: Khối lượng và giá trị cà phê xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



*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 01/2020, gồm Philipin chiếm tỷ trọng 40%, Malaysia chiếm 35%, Thái Lan chiếm 9%, Indonesia chiếm 10%. Mianma chiếm gần 2%. Các thị trường khác chiếm dưới 1%. So với tháng trước, xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang một số thị trường giảm như Lào đạt 146 nghìn USD, giảm 60%, Singapore đạt 178 triệu USD giảm 32%, Philipin đạt 8,6 triệu USD, giảm 7,86%. Trong khi đó, xuất khẩu sang một số thị trường khác tăng như: Mianma xuất khẩu đạt 393 nghìn USD, tăng 156%, Thái lan đạt 1,9 triệu USD, tăng 119%, Campuchia đạt 399 nghìn USD tăng 92%, Malaysia xuất khẩu đạt 7,6 triệu USD, tăng 59%.

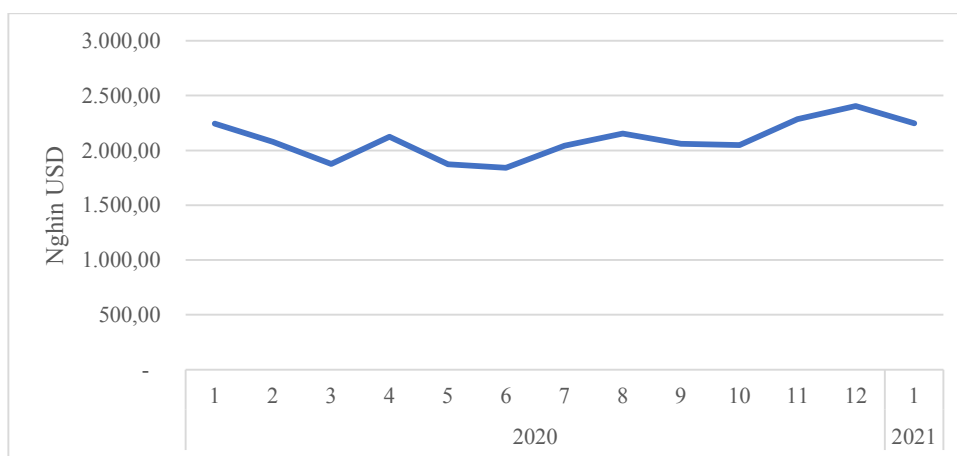
**Hình 7: Cơ cấu các quốc gia ASEAN nhập khẩu cà phê từ Việt Nam trong tháng 1/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải Quan*

Giá xuất khẩu bình quân cà phê Việt Nam sang ASEAN tháng 12/2020 đạt 2.249 USD/tấn, giảm 6,52% so với tháng trước và tăng 0,16% so với cùng kỳ tháng 1/2020.

**Hình 8: Giá cà phê xuất khẩu bình quân sang thị trường ASEAN**

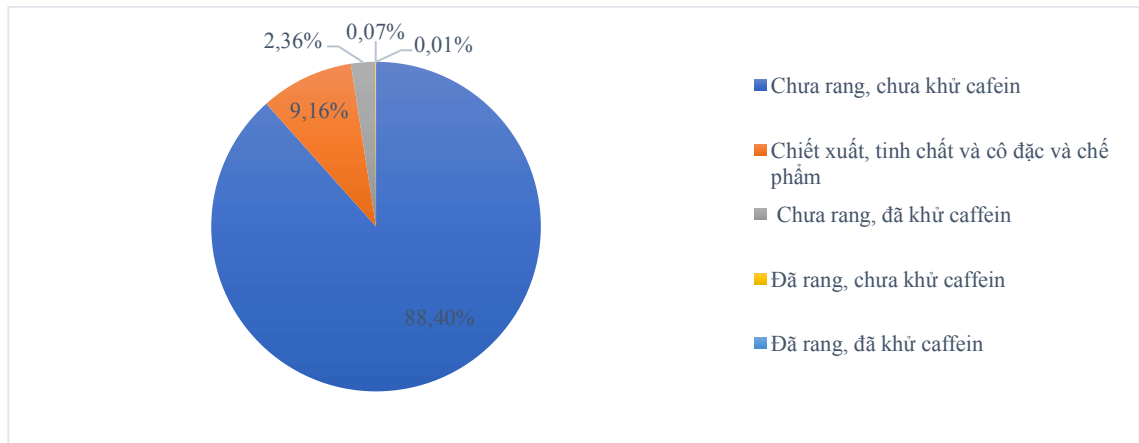


*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Về cơ cấu sản phẩm, sản phẩm cà phê hòa tan chiếm ưu thế hơn so với cà phê nhân. Tháng 1/2020, xuất khẩu cà phê hòa tan, chiết xuất, tinh chất cà phê và chế phẩm đạt 11,9 triệu USD, chiếm 55,8 %, tăng 20,45% so với cùng kỳ năm trước. Xuất khẩu cà phê nhân là 44,2%, trong đó cà phê chưa rang, chưa khử cafein chiếm tỷ trọng 44,66% trong tổng xuất khẩu cà phê, giá trị đạt 9,1 triệu USD, tăng 27% so với cùng

kỳ. Cà phê đã rang chưa khử caffein chiếm tỷ trọng 1,49%, đạt 320 nghìn USD, giảm 27,9% so với cùng kỳ.

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



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 1/2021, 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, và Công ty TNHH Volcafe Việt Nam với thị phần lần lượt là: 22,24%; 14,11% và 10,52%.

Philippines là thị trường xuất khẩu cà phê lớn nhất của Việt Nam tại khu vực ASEAN đã tiến hành rà soát lại lộ trình phát triển cây cà phê. Theo đó, trong hai năm tới sẽ tập trung thực hiện mục tiêu: 1) tăng trưởng ở thị trường nội địa lên 5% hàng năm đối với cà phê Arabica và 10% đối với cà phê Robusta; 2) nâng cao năng lực cạnh tranh của nông dân; 3) đạt lợi tức đầu tư (ROI) ít nhất 35% đối với cà phê và trồng xen canh; và, 4) để tăng năng suất lên ít nhất 0,6 tấn mỗi ha. Để đạt được những mục tiêu này trong bối cảnh ngành công nghiệp phải đối mặt với những thực tế và thách thức mới, các chiến lược ưu tiên đã được đặt ra để thực hiện từ năm 2021 đến năm 2022. Các chiến lược này bao gồm việc tái kích hoạt và củng cố Hội đồng cà phê vùng và tỉnh, tăng cường xúc tiến đầu tư, mở rộng cà phê trồng rừng và thể chế hóa Cạnh tranh Chất lượng Cà phê Philippines (PCQC), trong số những hoạt động khác. Theo dự báo của USDA, tiêu thụ cà phê nội địa niên vụ 2020/2021 của Philippin vào khoảng 367 nghìn tấn, tăng 0,08%, nhập khẩu khoảng 342 nghìn tấn, tăng 0,53% so với niên vụ 2019/2020

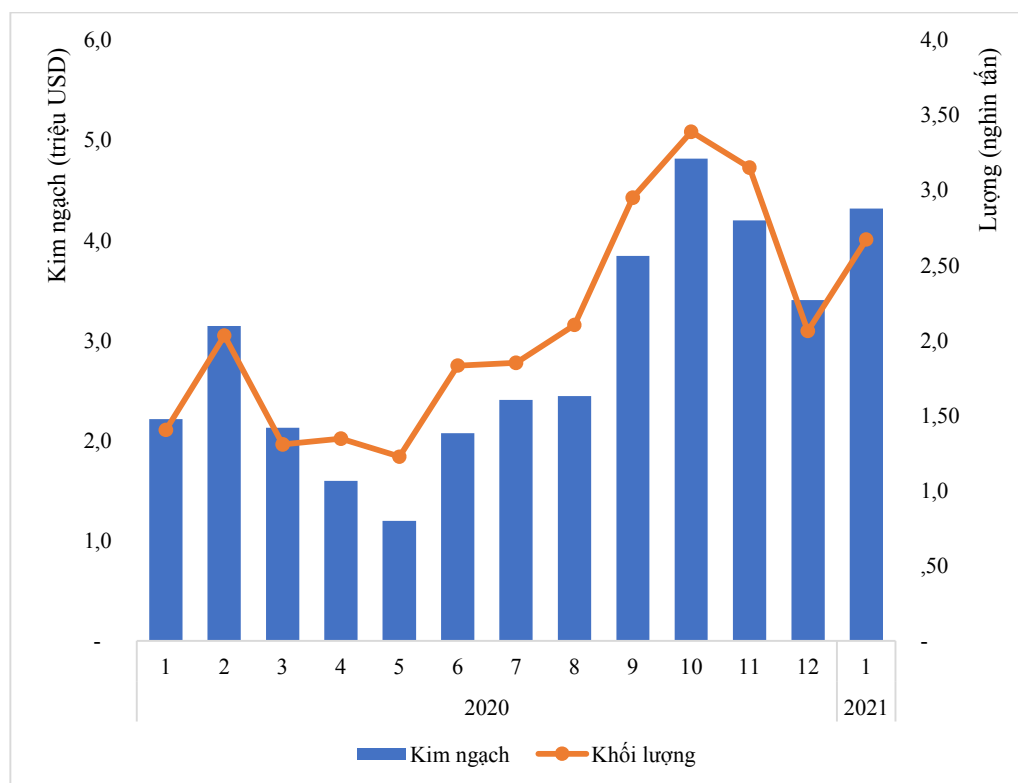
Indonesia đang nhanh chóng trở thành một thị trường cà phê nội địa quan trọng đối với nhiều loại cà phê địa phương và cà phê nhập khẩu. Sucafina, Công ty cà phê một trong số ít công ty kinh doanh cà phê hàng đầu thế giới chỉ tập trung hoàn toàn vào cà phê thành lập từ năm 1905 với hơn 1.031 nhân viên tại 29 quốc gia, đã thành

lập công ty có trụ sở tại Indonesia (PT Sucafina Indonesia Coffee). Mục tiêu của công ty là cung cấp cà phê cho thị trường quốc tế và nhập khẩu cà phê cho các nhà rang xay trong nước bằng cách làm việc với nông dân, nhà sản xuất, nhà máy và nhà xuất khẩu, Sucafina hy vọng sẽ cung cấp thêm cà phê từ Sumatra, Java, Bali, Flores và Sulawesi, đồng thời hỗ trợ các nhà rang xay địa phương.

#### 4. CAO SU

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 01/2021, xuất khẩu cao su sang các quốc gia ASEAN ước đạt 2,7 nghìn tấn với trị giá 4,3 triệu USD, tăng 29,5% về khối lượng và 26,9% về giá trị so với tháng trước, và tăng 90,3% về khối lượng và 95,0% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

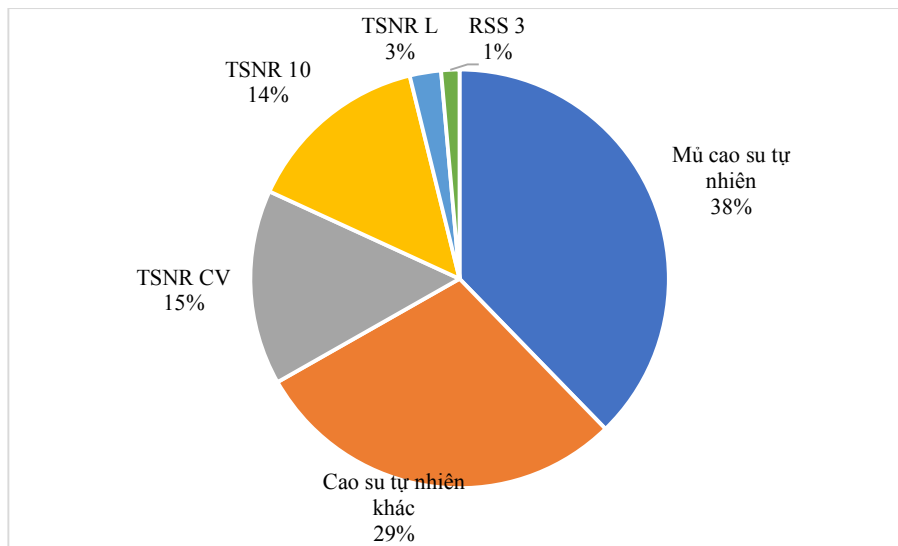
**Hình 10: Khối lượng và giá trị xuất khẩu cao su sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 01/2021, mủ cao su tự nhiên là chủng loại cao su có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang các quốc gia ASEAN đạt 1,7 triệu USD, chiếm 37,7% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là TSNR CV với kim ngạch 0,7 triệu USD, chiếm 15,1% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là TSNR 10 và TSNR L, chiếm lần lượt 14,3% và 2,4% tổng giá trị xuất khẩu sang ASEAN.

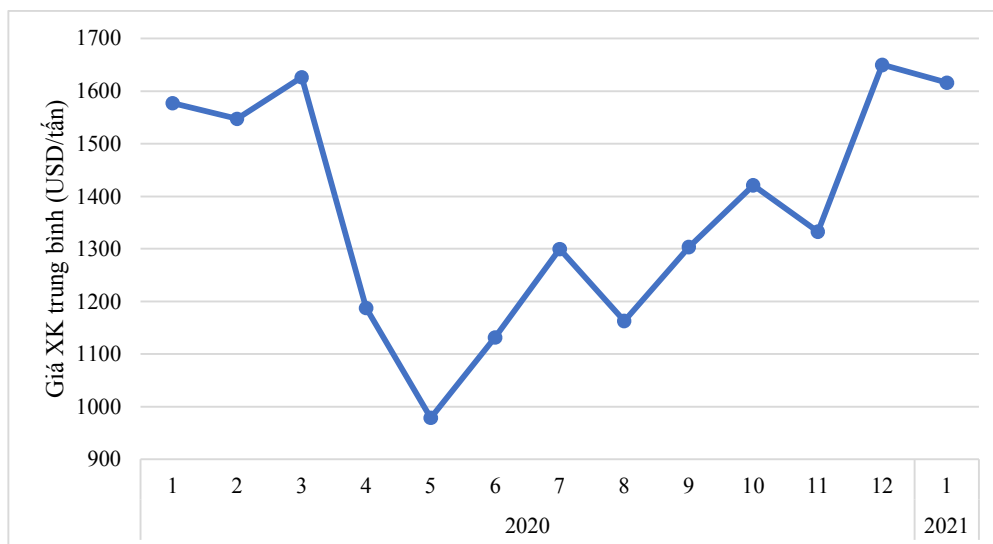
**Hình 11: Chủn loại cao su tự nhiên xuất khẩu sang thị trường ASEAN theo kim ngạch tháng 01/2021**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Giá cao su xuất khẩu trung bình sang các quốc gia ASEAN có xu hướng giảm nhẹ vào thời điểm đầu năm đạt mức 1.616 USD/tấn trong tháng 01/2021 giảm 2,1% so với tháng trước, nhưng tăng 2,5% so với cùng kỳ 2020.

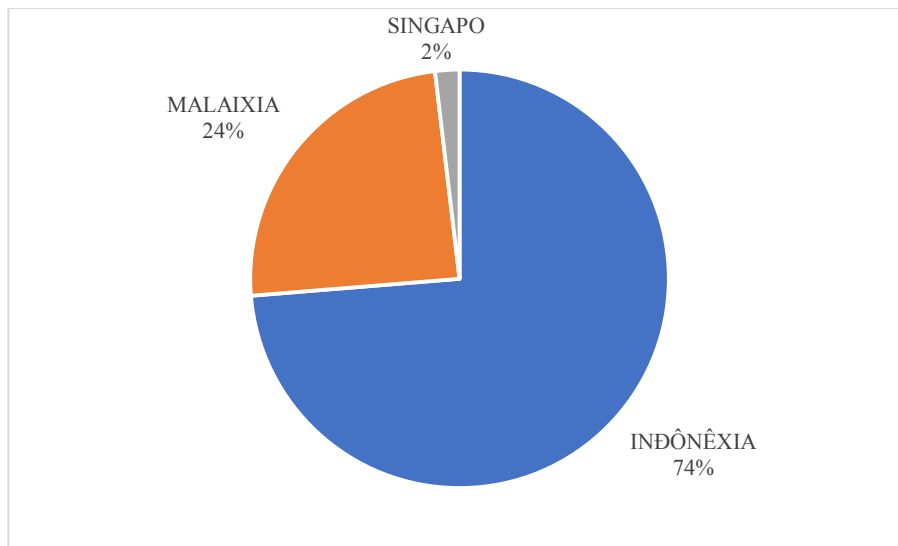
**Hình 12: Giá cao su tự nhiên xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong khối ASEAN, tháng 01/2021, Indonesia là quốc gia nhập khẩu cao su tự nhiên lớn nhất của Việt Nam với 3,2 triệu USD, chiếm 73,7% tổng kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam sang các quốc gia ASEAN. Malaysia là quốc gia nhập khẩu lớn thứ hai với 1,1 triệu USD, chiếm 24,4%. Tiếp theo là Singapore chỉ chiếm 1,9%.

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



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

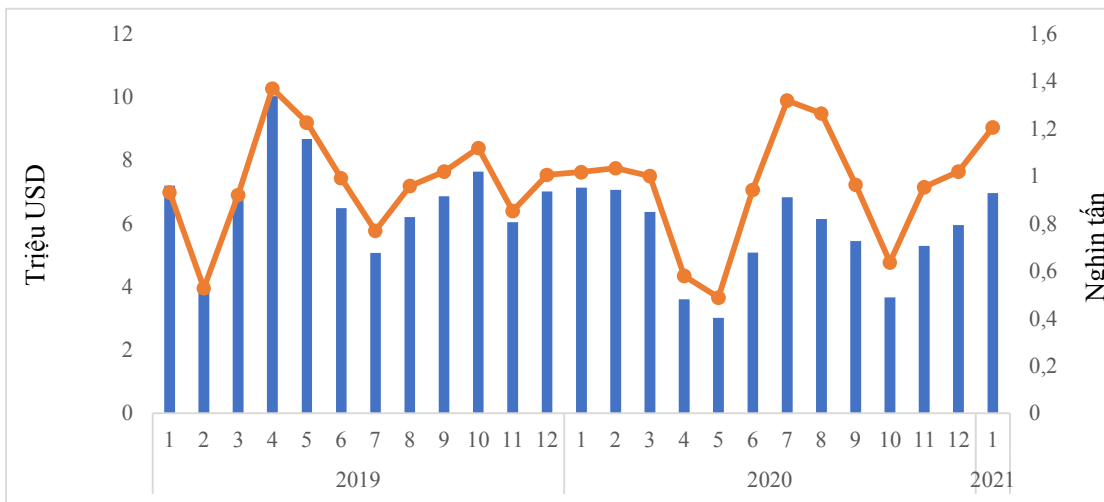
Trong tháng 01/2021, top 3 công ty xuất khẩu cao su sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH Sản xuất Cao su Liên Anh, Công ty TNHH Thương Mại Hải Kim Anh và Công ty CP Đầu tư Cao su Việt Nam. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt 18,2%, 10,9% và 8,2% tổng kim ngạch cao su xuất khẩu sang thị trường ASEAN trong tháng 01/2021.

## 6. HẠT ĐIỀU

Điều Indonesia hầu như đã đến cuối vụ, số lượng chào ít và giá khoảng 1425 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 1/2021, Việt Nam xuất khẩu được 1,21 nghìn tấn điều, trị giá 6,96 triệu USD sang thị trường ASEAN, tăng 18,4% về khối lượng và 16,9% về giá trị so với tháng 12/2020, và tăng 18,6% về khối lượng và giảm 2,4% về giá trị so với cùng kỳ năm 2019.

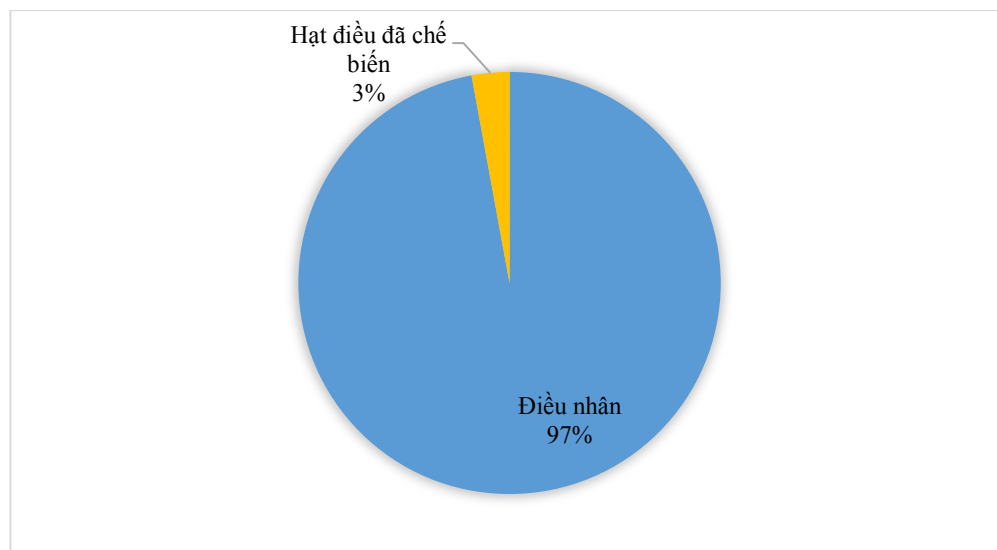
**Hình 14: Khối lượng và giá trị xuất khẩu điều sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Tháng 1/2021, sản phẩm điều xuất khẩu sang thị trường này chủ yếu là điều nhân chiếm tới 97% về giá trị đạt 6,75 triệu USD; Sản phẩm điều đã chế biến chiếm 3%, đạt 0,21 triệu USD.

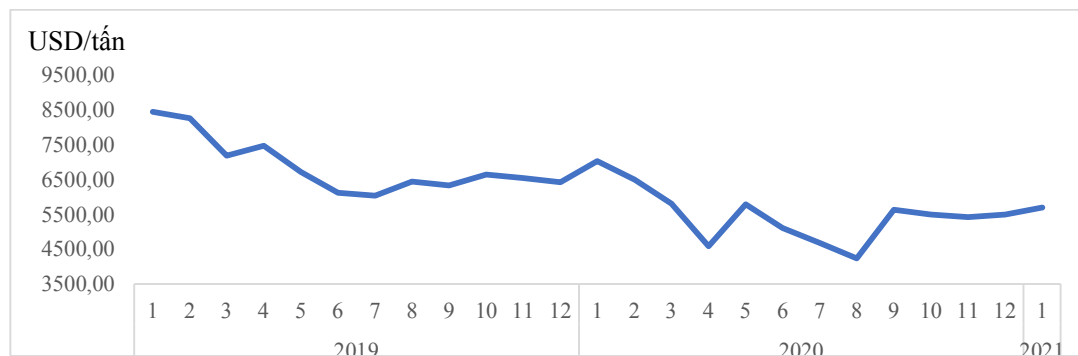
**Hình 15 : Cơ cấu xuất khẩu điều sang thị trường ASEAN tháng 1/2021**



Giá xuất khẩu điều nhân trung bình sang thị trường ASEAN có xu hướng giảm so với cùng kỳ năm trước. Trong tháng 1/2021 giá xuất khẩu trung bình đạt 5.869,31 USD/tấn, giảm 19% so với tháng 1/2020, và tăng 3,8% so với tháng 12/2020.



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



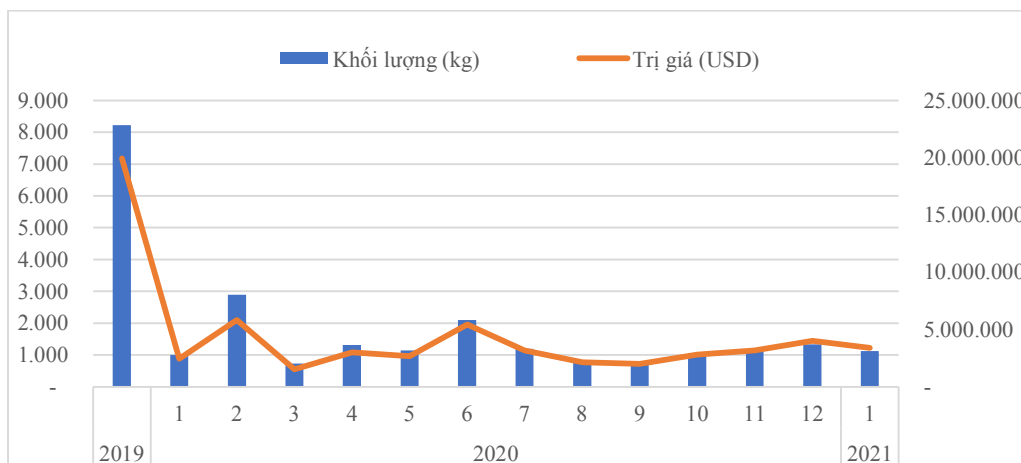
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tháng 1/2021, 3 công ty xuất khẩu điều lớn nhất sang thị trường này bao gồm: Chi nhánh công ty OLAM Việt Nam tại khi công nghiệp Biên Hòa II đạt 1,04 triệu USD, chiếm 10,58%; Công ty TNHH HERITAGE Việt Nam đạt 0,90 triệu USD, chiếm 9,13% và Công ty cổ phần xuất nhập khẩu Thành Nam đạt 0,71 triệu USD, chiếm 7,25%.

## 7. HỒ TIÊU

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 1/2021, Việt Nam xuất khẩu được 1.119 tấn hồ tiêu với trị giá 3.392.592 USD sang thị trường ASEAN, giảm 16,37% về khối lượng và giảm 15,08% về giá trị so với tháng 12/2020, tăng 11,57% về khối lượng và tăng 38,73% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020. Có thể thấy, tháng 1/2021 là thời điểm sụt giảm sau một thời gian dài tăng trưởng từ tháng 9/2020 kể từ thời điểm suy giảm mạnh của tháng 6/2020.

**Hình 17: Xuất khẩu tiêu của Việt Nam sang thị trường ASEAN, 2019-2021**

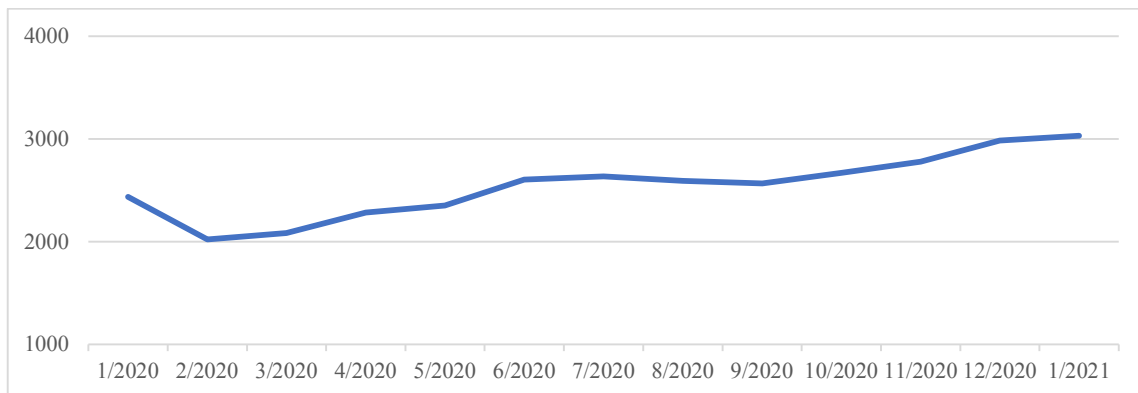


Nguồn: Tổng cục hải quan

Trong tháng 1/2021, hạt tiêu đen chưa xay/nghiền vẫn là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang ASEAN đạt trị giá 2 triệu USD (chiếm 58,13% về tổng giá trị tiêu xuất khẩu sang thị trường này) song đã giảm 20,15% so với tháng 12/2020 và giảm 8,37% so với cùng kỳ năm trước. Nếu như trong tháng 12/2020, đứng thứ hai về giá trị xuất khẩu sang ASEAN là hạt tiêu trắng chưa xay/nghiền thì trong tháng 1/2021, loại này sụt giảm mạnh tới 75,85%, chỉ còn 222,630 USD, chỉ chiếm 6,47% cơ cấu cả thị trường. Đứng thứ 2 trong tháng 1/2021 là nhóm hạt tiêu thuộc loại khác chưa xay/nghiền gồm các loại như vỏ hạt tiêu, hạt tiêu lép, tiêu trộn... đạt 588.618 USD, chiếm 17,1%, đây vốn là những sản phẩm từ hồ tiêu không được ưa chuộng nhiều ở thị trường này (cả năm 2020 chỉ xuất khẩu được xấp xỉ 1,23 triệu USD). Trong nhóm các nước ASEAN, Thái Lan, Philipin và Myanmar là 3 thị trường xuất khẩu có kim ngạch lớn nhất của hồ tiêu Việt Nam.

Giá xuất khẩu hồ tiêu trung bình sang thị trường ASEAN tháng 1/2021 tăng nhẹ, đạt xấp xỉ 3.032 USD/tấn, tăng 1,53% so với tháng 12/2020 và tăng 24,35% so với cùng kỳ năm 2020.

**Hình 18: Giá tiêu xuất khẩu trung bình của Việt Nam sang ASEAN, 2019-2021**



*Nguồn: Tổng cục hải quan Việt Nam*

Trong tháng 1/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều nhất sang thị trường ASEAN là Công ty TNHH Bi Chu, Công ty Cổ phần Sinh Lộc Phát và Chi nhánh Long Bình của Công ty TNHH Olam Việt Nam, lần lượt chiếm 33,7%, 13,9% và 9,88% tổng kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu sang thị trường ASEAN trong tháng 1/2021. So với cùng kỳ năm 2020, cả 3 công ty đều có tăng trưởng về kim ngạch xuất khẩu (lần lượt là 525,53%, 4,56% và 55,71%) tuy nhiên so với tháng 12/2020 thì chỉ có Công ty TNHH Bi Chu có tăng trưởng dương ở mức 246,67% còn 2 công ty còn lại cũng giảm về kim ngạch xuất khẩu lần lượt là 45,53% và 28,07%

## 8. THỊT VÀ SẢN PHẨM THỊT

Trong tháng 2/2021, thị trường thịt lợn tại một số nước trong khu vực ASEAN khá ổn định và phục hồi sau ảnh hưởng của dịch bệnh. Giá lợn hơi tại Thái Lan tăng do hoạt động xuất khẩu bình thường trở lại, trong khi giá tại Philippines đang có xu hướng giảm do chính phủ nước này đưa ra các biện pháp quản lý giá trong ngắn hạn và tăng cường nhập khẩu.

Tại Philippines, Bộ trưởng Nông nghiệp Philippines - William Dar cho biết, năm 2021 Philippines có kế hoạch nhập khẩu 400.000 tấn thịt lợn, tăng gấp đôi so với đề xuất ban đầu, để bù đắp lượng thiếu hụt trong nước đã đẩy giá thịt lợn tăng cao. Philippines có khả năng thiếu hụt gần 400.000 tấn thịt lợn, cần nhập khẩu; kế hoạch này vẫn đang trình Hội đồng Nội các xem xét trước khi được Tổng thống Rodrigo Duterte phê duyệt lần cuối. Theo Reuters, ban cố vấn của Chính phủ Philippines xác nhận khối lượng nhập khẩu đã phê duyệt cao hơn nhiều so với mức 162.000 tấn đã được lên kế hoạch trước đó.

Giá thịt tăng vọt cũng đã khiến Chính phủ phải chi ra hàng tỷ peso để tái đàn lợn và áp giá trần trong hai tháng đối với cả thịt lợn và thịt gà ở thủ đô Philippines bắt đầu từ giữa tháng 2/2021

Khi các lệnh cấm vận chuyển thịt lợn và các sản phẩm từ thịt lợn vẫn được áp dụng trên khắp đất nước do Dịch tả lợn châu Phi, Monterey – Công ty chăn nuôi lớn tại Philippines đã nhận thấy tình hình khó khăn nên quyết định chuyển chăn nuôi về các tỉnh, đây là một cách để ổn định nguồn cung thịt lợn và giá cả trong nước; nó sẽ thúc đẩy ngành chăn nuôi lợn tại địa phương với chi phí thấp hơn, bền vững hơn.

Tập đoàn San Miguel (SMC) San Miguel Foods (SMF) cũng đang tìm cách chuyển kho và cơ sở chăn nuôi trên toàn quốc cho người chăn nuôi địa phương để họ cung cấp theo yêu cầu của các vùng tương ứng và giúp tăng cường thực hành an toàn sinh học giữa các nông hộ nhỏ.

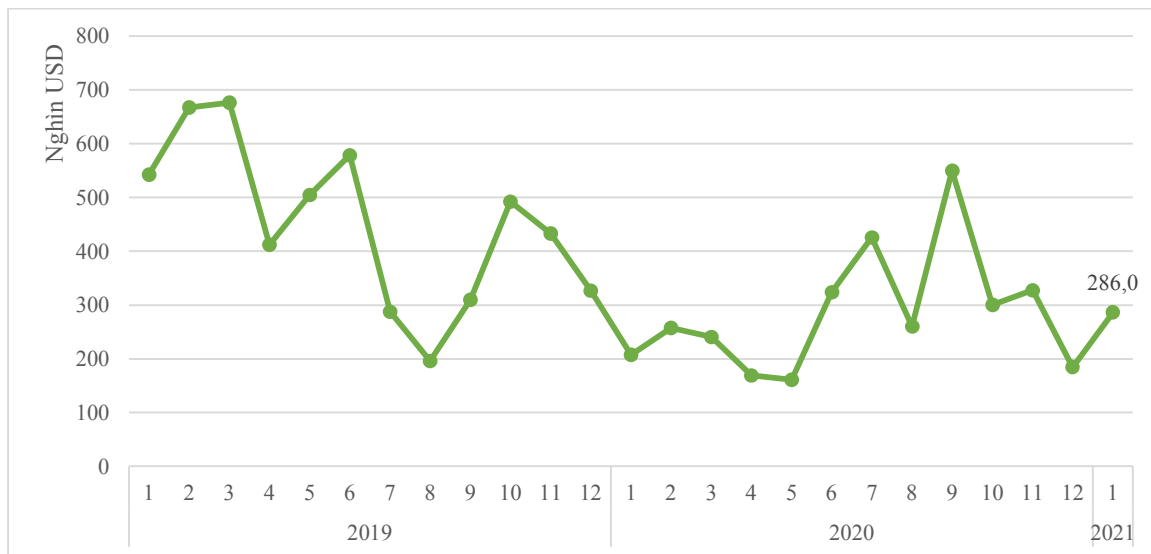
Tại Thái Lan, giá lợn hơi tăng khi hoạt động xuất khẩu bình thường trở lại. Giá lợn hơi trong tháng 2/2021 đạt mức 2,6 USD/kg, tăng 30% so với tháng 12/2020 do việc xuất khẩu lợn hơi sang Việt Nam đang trở lại bình thường. Theo dự báo của Hiệp hội chăn nuôi Thái Lan, số lượng lợn nái (lợn đàn bố mẹ) dự kiến sẽ tăng nhẹ từ mức 1,15 triệu con trong năm 2020, lên 1,154 triệu con trong năm 2021. Tương tự, số lượng lợn thương phẩm sẽ tăng từ mức 22,52 triệu con lên 22,57 triệu con. Lượng lợn này tăng mạnh ở khu vực phía Nam của Thái Lan. Hiệp hội chăn nuôi Thái Lan ước

tính, sản lượng ở miền Nam sẽ tăng 10% trong năm 2021 với khoảng 88.000 con lợn nái và 1,87 triệu con lợn thương phẩm.

Miền nam Thái Lan được công bố là vùng an toàn dịch bệnh lở mồm long móng, điều này khiến lợn thương phẩm từ các vùng khác của đất nước không thể được vận chuyển vào miền nam. Chỉ có lợn giống mới được phép chuyển vào nam nhưng có sự kiểm soát chặt chẽ của Cục Chăn nuôi.

Đối với thịt và sản phẩm từ thịt của Việt Nam xuất khẩu sang các quốc gia ASEAN khác trong tháng 1 năm 2021, bắt đầu tăng trở lại sau đợt suy giảm vào Quý IV năm ngoái. Tổng giá trị xuất khẩu thịt tháng 1/2021 sang thị trường các nước ASEAN đạt 286 nghìn USD, tăng 55,3% so với tháng 12/2020 và tăng 37,7% so với cùng kỳ năm 2020. Ba thị trường xuất khẩu lớn nhất trong khu vực là Thái Lan, Lào và Campuchia với giá trị xuất khẩu tháng 1/2021 lần lượt là 125,9 nghìn USD (chiếm 44%), 78,7 nghìn USD (chiếm 27,5%) và 66 nghìn USD. Ngoài ra, các sản phẩm thịt của Việt Nam cũng xuất khẩu sang 4 thị trường khác gồm Indonesia, Malaysia, Philippines và Singapore, tuy nhiên tổng giá trị xuất khẩu sang các thị trường này chỉ chiếm khoảng 5,4%.

**Hình 19: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang thị trường ASEAN**

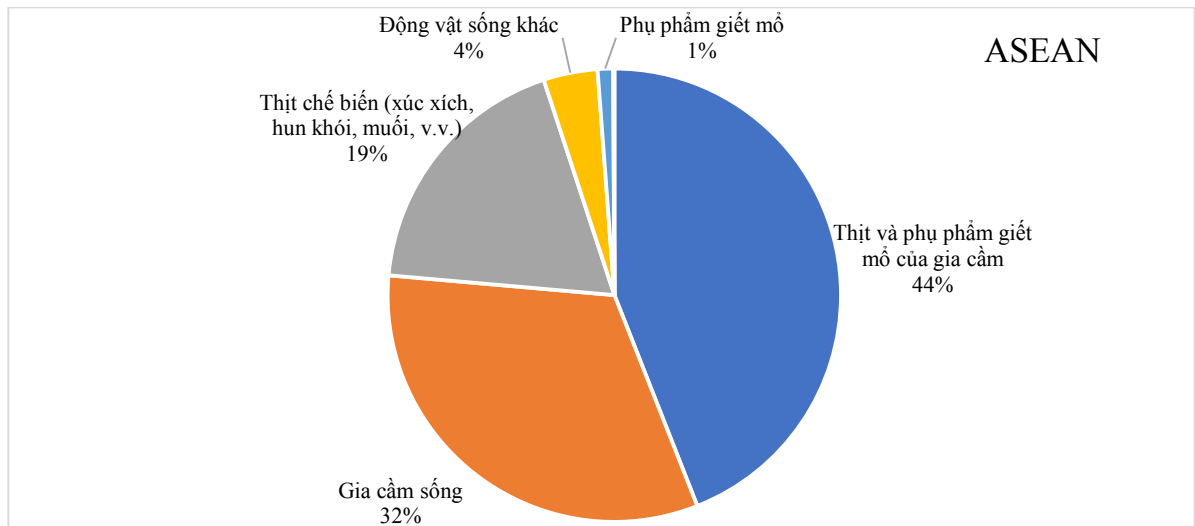


*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Về sản phẩm, trong tháng 1/2021, các sản phẩm được xuất khẩu chính sang thị trường các nước ASEAN chủ yếu là chân gà đông lạnh chiếm 44,3% (Thái Lan), gà sống chiếm 32,4% (Lào, Campuchia), chân gà chế biến (Campuchia) và các loại sản phẩm thịt đã qua chế biến khác như xúc xích bò, heo, thịt lợn hấp, ... chiếm khoảng 18,5%; còn lại một phần nhỏ là xuất khẩu động vật sống (sang Indonesia và Philippines) cùng các các loại phụ phẩm và thịt đông lạnh khác (chiếm 5%). Trong

tháng 1/2021, ba nhà xuất khẩu lớn các sản phẩm thịt sang thị trường ASEAN gồm 2 doanh nghiệp và 1 cá nhân, chiếm 83,76% tổng giá trị xuất khẩu.

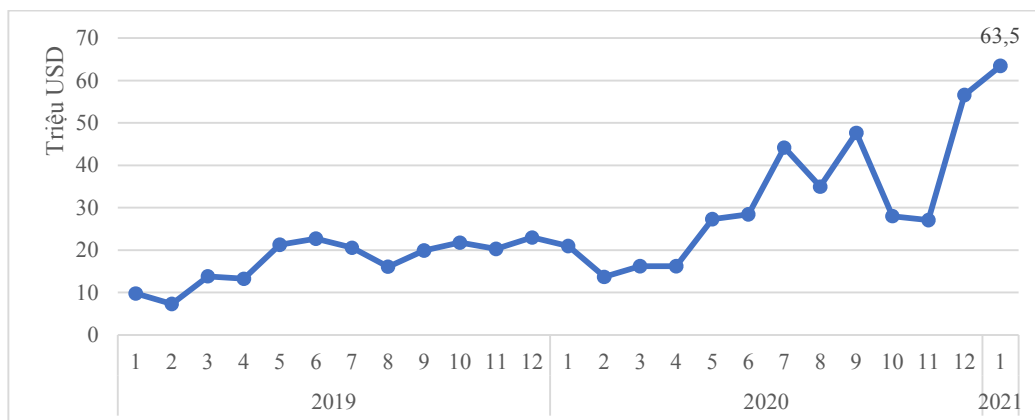
**Hình 20: Cơ cấu các loại thịt và sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

Trong tháng 1/2021, Việt Nam nhập siêu thịt và sản phẩm thịt với giá trị đạt 63,5 triệu USD từ các thị trường trong khối ASEAN, chiếm 31,4% tổng giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam trong tháng 1/2021, tăng 202,2% so với cùng kỳ năm năm 2020. Sản phẩm nhập khẩu chủ yếu là lợn sống đạt 48,1 triệu USD, chiếm 75,8%, tiếp theo là trâu bò thịt sống, đạt 14,8 triệu USD, chiếm 23,3%.

**Hình 21: Giá trị nhập khẩu thịt và sản phẩm từ thịt của Việt Nam từ thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

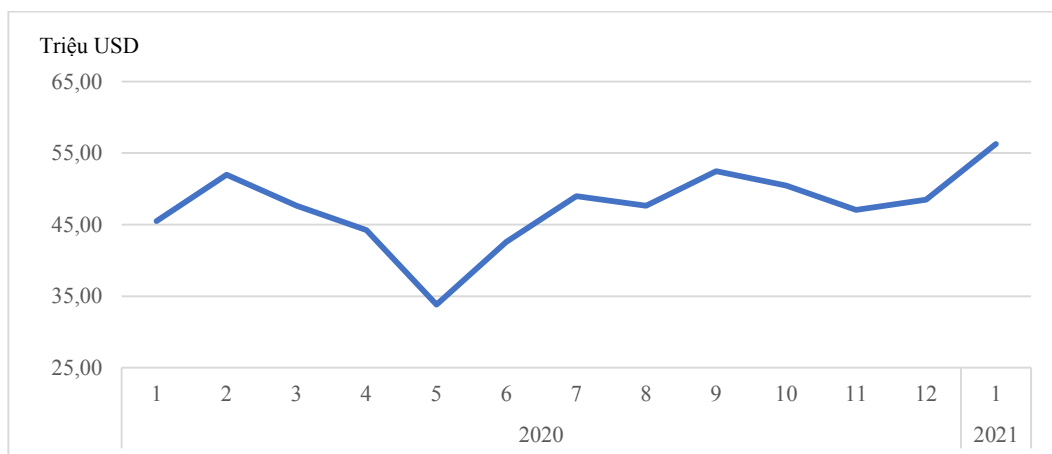
## 8. THỦY SẢN

Lào đang tạm cấm nhập khẩu thủy sản từ Thái Lan sau khi đợt bùng phát COVID-19 gần đây nổ ra. Các cơ quan y tế của Lào lo ngại thủy sản có thể mang theo mầm bệnh nên hoạt động nhập khẩu thủy sản sẽ tạm ngừng ngay lập tức. Lệnh cấm này đã được thực thi từ ngày 24/12 sau khi tỉnh Samut Sakhon của Thái Lan trở thành tâm dịch mới, với hơn 1.000 người dương tính với virus corona chỉ sau 1 ngày phát hiện một nhà bán buôn tôm nhiễm loại virus này hồi tuần trước. Đây là lệnh cấm tạm thời và sẽ duy trì cho tới khi các nhà chức trách hai nước triển khai các biện pháp đảm bảo an toàn thủy sản nhập khẩu từ Thái Lan.

Theo số liệu của Cơ quan quản lý Doanh nghiệp Singapore (Enterprise Singapore) 11 tháng đầu năm 2020, Singapore đã nhập khẩu thủy sản từ 97 quốc gia và vùng lãnh thổ với tổng kim ngạch đạt 851,6 triệu SGD giảm 16,15% so với cùng kỳ năm 2019 (1,02 tỷ SGD, giảm 4,83% so với 2018). Tốp những nước xuất khẩu thủy sản vào thị trường Singapore có sự thay đổi khi Malaysia trở thành nhà cung cấp thủy sản số một cho Singapore, Indonesia thứ hai, Na Uy thứ ba, Việt Nam thứ tư và Trung Quốc thứ 5. Tiếp sau là Nhật, Ấn Độ, Tây Ban Nha, Thái Lan, Chi – lê.

Theo Tổng cục Hải quan, giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN tháng đầu năm đạt 56,29 triệu, tăng 23,6% so với cùng kỳ năm 2020 và tăng 16,1% so với tháng trước. Cá da trơn là mặt hàng thủy sản tiêu thụ chính tại thị trường này chiếm 21,9% giá trị xuất khẩu; mực và bạch tuộc chiếm 10,9%; tôm chiếm 6,1%.

**Hình 22: Giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường ASEAN**



*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

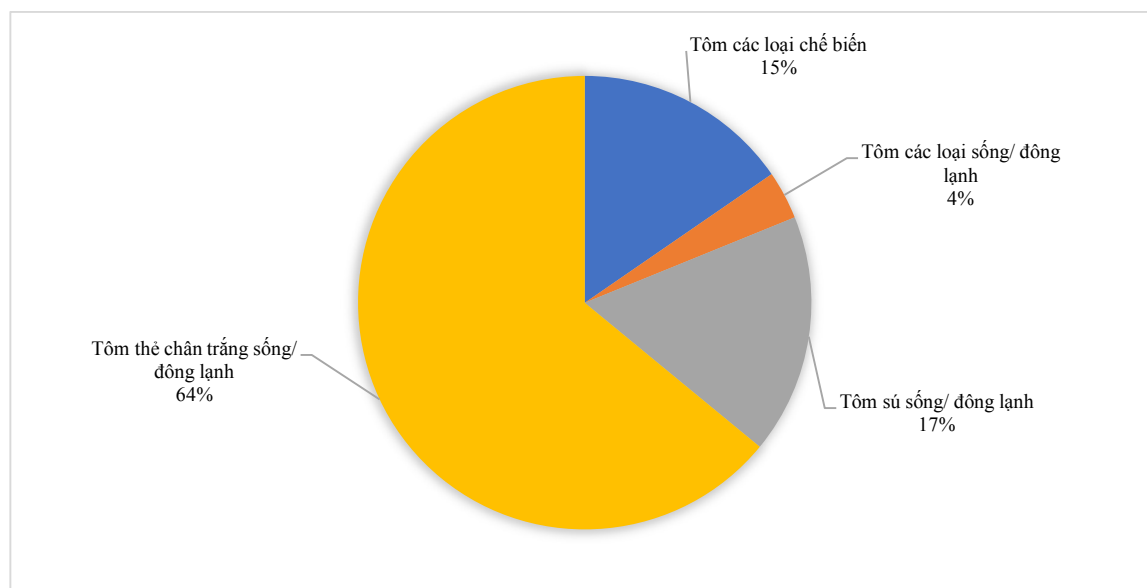
Đối với hàng da trơn, giá trị xuất khẩu tháng 1/2021 đạt 12,33 triệu USD, giảm 15,7% so với cùng kỳ năm 2020 và tăng 31% so với tháng trước. Trong đó, cá tra pi

lê đạt 11,92 triệu USD, chiếm 96,7% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 13,3% so với cùng kỳ năm 2020; cá tra sống/đông lạnh trừ phi lê đạt 0,35 triệu USD, chiếm 2,8%, tăng 29,4%; cá da trơn khác sống/đông lạnh trừ phi lê đạt 0,66 triệu, chiếm 0,5% và giảm 98,5%

Mực và bạch tuộc là mặt hàng có giá trị xuất khẩu lớn thứ 2 vào thị trường này trong tháng 1/2021 đạt 6,11 triệu USD, chiếm 10,9%, tăng 29,3% so với cùng kỳ năm 2020 và tăng 7,9% so với tháng trước. Mực và bạch tuộc chế biến là loại sản phẩm chính xuất khẩu sang thị trường này đạt 5,39 triệu USD, tăng 30,2% so với cùng kỳ năm trước; mực và bạch tuộc sống, đông lạnh trừ phi lê đạt 0,72 triệu USD, tăng 23,4%.

Mặt hàng tôm, giá trị xuất khẩu tháng 1 năm 2021 đạt 3,46 triệu USD, tăng 3,6% so với cùng kỳ năm 2020, giảm 9,7% so với tháng trước. Xuất khẩu tôm sang thị trường này khá đa dạng về sản phẩm, tuy nhiên phần lớn giá trị xuất khẩu là sản phẩm tôm thẻ chân trắng sống/đông lạnh đạt 2,22 triệu USD, chiếm 64%, tăng 21,4% so với cùng kỳ năm 2020 và tăng 5,8% so với tháng trước. Tôm sú sống/đông lạnh đạt 0,59 triệu USD, chiếm 17,1% giảm 23,5% so với tháng 1/2020 và giảm 22,1% so với tháng 12/2020

**Hình 23: Cơ cấu xuất khẩu Tôm sang thị trường ASEAN tháng 1/2021**



*Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan*

Một số mặt hàng thủy sản khác xuất khẩu sang thị trường ASEAN như sau: Cá ngừ đạt 1,65 triệu USD, giảm 28,2% so với cùng kỳ năm 2020; Cua-ghẹ đạt 0,50 triệu USD, tăng 18,6%; Các loại thủy sản khác đạt 31,73 triệu USD, tăng 57,5%. (chủ yếu là các sản phẩm như cá cơm, cá chim...)

Giá xuất khẩu cá da trơn bình quân tháng 1 sang thị trường này đạt 1,62 USD/kg, giảm 7,8% so với cùng kỳ năm 2020; cá rô phi đạt 2,03 USD/kg giảm 0,4%; tôm đạt 5,19 USD/kg, giảm 30,3%; Cua, ghẹ đạt 5,84 USD/kg, tăng 51,6%; Mực và bạch tuộc đạt 8,93 USD/kg, tăng 1,7%.

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

TT	Sản phẩm	Giá (USD/kg)	So năm trước (%)	So tháng trước (%)
1	Cá da trơn	1,62	-7,8%	0,1%
2	Cá rô phi	2,03	-0,4%	27,3%
3	Cua, ghẹ	5,84	51,6%	7,9%
4	Mực và bạch tuộc	8,93	1,7%	10,2%
5	Tôm	5,19	-30,3%	-3,0%

*Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan*

Tháng 12 năm 2020, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường ASEAN là công ty TNHH S.RUAM Việt Nam đạt 2,34 triệu USD, chiếm 4,2% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này; Công ty CP Nam Việt đạt 1,23 triệu USD chiếm 4%; Công ty TNHH công nghiệp thực phẩm PATAYA (Việt Nam) đạt 1,95 triệu USD chiếm 3,5%.



# NHẬN ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ

## 1. Gạo

Philippines và Malaysia thường xuyên là hai thị trường gạo lớn nhất của Việt Nam trong khối ASEAN. Trong tháng 02/2020, Liên đoàn Nông dân Philippin hiện đang kêu gọi chính phủ xem xét lại Luật Thuế quan đối với gạo do gây thiệt hại thu nhập cho người nông dân trong khi không giúp người tiêu dùng mua được gạo mới mức giá rẻ hơn. Hiện nguồn nhập khẩu chính của Philippin vẫn là Việt Nam với ước tính 85% khối lượng nhập khẩu, tiếp theo là Thái Lan với 8%. Như vậy, nếu chính phủ Philippin đưa ra chính sách mới, Việt Nam sẽ là đối tượng bị tác động lớn nhất. Do đó, các doanh nghiệp rất cần thiết quan sát kỹ các biến động chính sách của thị trường này trong thời gian tới. Trong khi đó, Malaysia đang lên kế hoạch xóa bỏ hình thức nhập khẩu độc quyền mua bán nhập khẩu gạo của Tập đoàn Bernas (được trao quyền trực tiếp bởi chính phủ Malaysia). Tuy nhiên, ước tính đây sẽ là một chặng đường dài cho đến năm 2030, khi các tác nhân trong chuỗi, đặc biệt là nông dân trồng lúa Malaysia đã sẵn sàng do hiện tại họ vẫn phụ thuộc nhiều vào sự điều phối và trợ cấp từ chính phủ thông qua Tập đoàn Bernas.

## 2. Cà phê

Dự báo giá cà phê có xu hướng tăng lên do dự báo nguồn cung từ thị trường Brazil giảm cũng như các tín hiệu lạc quan từ thị trường Hoa Kỳ khi các quán cà phê, nhà hàng dần mở cửa trở lại. Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang thị trường ASEAN dự báo khởi sắc trong những tháng đầu năm 2021. Cà phê hòa tan được ưa chuộng tại thị trường ASEAN do giá rẻ và sự tiện lợi. Xuất khẩu cà phê Robusta có khả năng tiếp tục tăng cao khi nhu cầu cà phê hòa tan tại nhà tăng cao.

## 3. Cao su

Xuất khẩu cao su của các quốc gia Đông Nam Á trong thời gian tới sẽ khó tăng mạnh do dịch COVID-19 bùng phát mạnh trở lại. Ngoài ra, các cảng biển hoạt động khó khăn khi tình trạng thiếu container khá trầm trọng.

## 4. Tiêu

Xuất khẩu hồ tiêu tới thị trường ASEAN trong tháng 1/2020 vẫn chịu ảnh hưởng rất lớn lo sự bùng phát trở lại của dịch bệnh Covid-19 trên toàn thế giới và chính sách đẩy mạnh xuất khẩu hồ tiêu của Trung Quốc. Do thời điểm cận với Tết âm lịch của các nước trong khối ASEAN, giá xuất khẩu có tăng cao song khối lượng và giá trị xuất khẩu đều giảm so với tháng trước đó và so với cùng kỳ năm trước. Xét

trong tháng 1/2021, ASEAN tuy có lợi thế về khoảng cách và là thị trường đông dân song đây vẫn là thị trường hẹp của hồ tiêu Việt Nam, chỉ chiếm 7,04% tổng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam ra toàn thế giới.

## 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 01/ 2021 (USD)	Tăng /giảm so T1/2020	Tăng /giảm so T12/2020	Tỷ trọng
1	Cà phê	20.397.617,18	15,78%	-4,90%	6,81%
2	Cao su	4.317.716,00	-9,26%	26,86%	1,44%
3	Chè	1.044.096,00	-22,12%	4,05%	0,35%
4	Gạo	108.047.170,04	35,52%	-32,72%	36,06%
5	Gỗ và sản phẩm gỗ	16.576.740,00	52,94%	-22,64%	5,53%
6	Hàng rau quả	33.719.139,00	15,47%	60,77%	11,25%
7	Hàng thủy sản	56.131.802,00	22,58%	18,17%	18,73%
8	Hạt điều	6.963.574,00	-8,12%	16,88%	2,32%
9	Hạt tiêu	3.392.592,00	38,73%	-15,08%	1,13%
10	Phân bón các loại	15.341.556,00	127,27%	-19,97%	5,12%
11	Sản phẩm từ cao su	6.315.468,00	21,95%	17,07%	2,11%
12	Sắn và các sản phẩm từ sắn	1.044.528,00	-39,66%	8,06%	0,35%
13	Thức ăn gia súc và nguyên liệu	26.074.349,00	75,13%	7,72%	8,70%
14	Thịt và sản phẩm thịt	285.995,20	37,65%	55,31%	0,10%
<b>Tổng XK NLTS</b>		<b>299.652.342,42</b>	<b>31,39%</b>	<b>-10,88%</b>	<b>100,00%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 2: Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng gạo sang ASEAN tháng 01/2021**

TT	Loại sản phẩm	Tháng 01/2020		Tháng 01/2021		So sánh 2021/2020 (%)	
		Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng (tấn)	Giá trị (USD)	Khối lượng	Giá trị
1	Gạo trắng	118.604	50.798.854	123.205	66.551.816	3,9%	31,0%
2	Gạo thơm	35.617	16.875.669	54.475	29.763.610	52,9%	76,4%
3	Các loại gạo khác	20.789	12.051.909	22.415	11.731.744	7,8%	-2,7%

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 3: Giá trị xuất khẩu một số loại rau quả chính sang ASEAN tháng 1/2021**

TT	Sản phẩm	Tháng 1/2020	Tháng 1/2021	So sánh T1.2021/T1.2020
		(USD)	(USD)	
	<b>Tổng giá trị XK</b>	<b>29.518.525</b>	<b>33.719.139</b>	<b>14,2%</b>
1	Dừa	9.772.270	10.714.291	9,6%
2	Ớt	1.356.378	6.704.464	394,3%
3	Khoai lang	1.852.538	2.401.885	29,7%
4	Thanh long	2.710.399	1.940.802	-28,4%
5	Tỏi	1.008.908	1.613.640	59,9%
6	Cà rốt	697.401	1.562.681	124,1%
7	Bắp cải và cải thảo	55.071	1.356.273	2362,8%
8	Bưởi	102.800	441.433	329,4%
9	Chanh	355.743	427.225	20,1%
10	Khác	11.607.017	6.556.444	-43,5%

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 2: Cơ cấu sản phẩm cà phê xuất khẩu tháng 1/2021**

Mặt hàng	T1/2020	T1/2021	So sánh T1/2020 và T1/2021
Chưa rang, đã khử caffein	25247,7	0	-100,00%
Đã rang, đã khử caffein	5.975	-	-100,00%
Đã rang, chưa khử caffein	455.524	320.142	-29,72%
Chưa rang, chưa khử cafein	7.186.288	9.149.968	27,33%
Chiết xuất, tinh chất và cô đặc và chế phẩm	9.944.972	11.979.138	20,45%
<b>Tổng</b>	<b>17.618.007</b>	<b>21.449.248</b>	<b>21,75%</b>

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*

**Bảng 4: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm chăn nuôi sang thị trường các nước ASEAN tháng 1/2021**

TT	Sản phẩm	T1/2020 (USD)	T1/2021 (USD)	So sánh T1.2021/ T1.2020
1	Gia cầm sống	76.584,4	92.600,0	21%
2	Động vật sống khác	10.266,0	11.016,0	7%
3	Thịt lợn, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh.		225,0	
4	Phụ phẩm giết mổ		3.180,0	
5	Thịt và phụ phẩm giết mổ của gia cầm	26.400,0	125.913,6	377%
6	Thịt chế biến (xúc xích, hun khói, muối, v.v.)	34.371,1	53.060,6	54%
	<b>Tổng</b>	<b>207.764,3</b>	<b>285.995,2</b>	<b>38%</b>

**Bảng 3: Xuất khẩu sản phẩm thủy sản sang thị trường ASEAN tháng 1/2021**

Loại sản phẩm	Tháng 1/2020 (USD)	Tháng 1/2021 (USD)	So sánh 2021/20 (%)
Cá da trơn	18,10	12,33	-15,7%
Cá ngừ	13,99	1,65	-28,2%
Cá rô phi	0,19	0,51	363,1%
Cua, gẹ	3,05	0,50	18,6%
Mực và bạch tuộc	1,37	6,11	29,3%
Tôm	24,26	3,46	3,6%
Thủy sản khác	25,72	31,73	57,5%

*Nguồn: Tổng cục Hải quan*