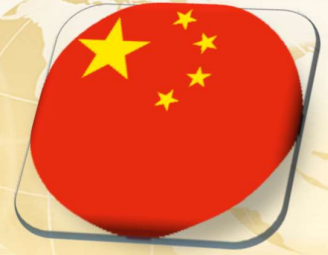
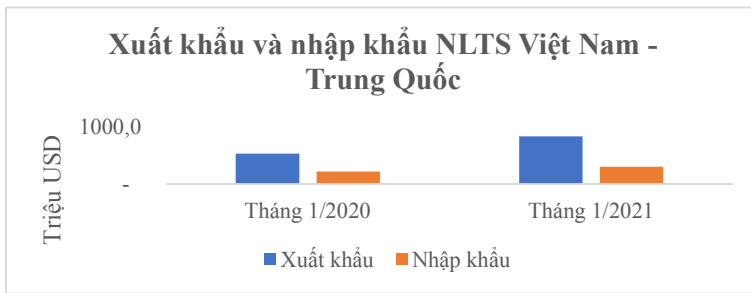


BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT NHẬP KHẨU NÔNG LÂM THỦY SẢN

Thị trường TRUNG QUỐC

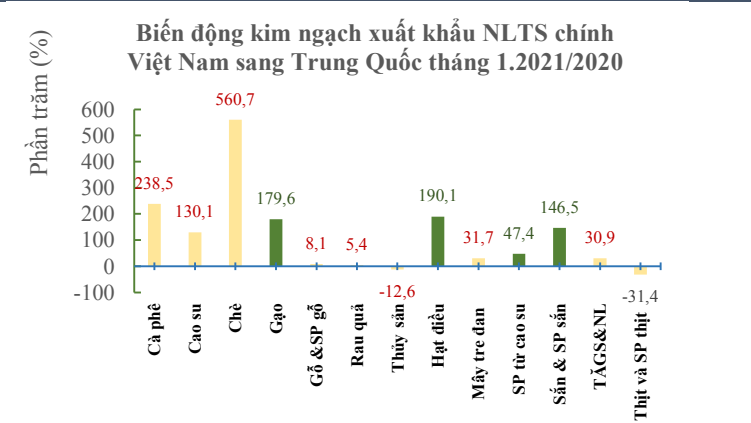


TÌNH HÌNH CHUNG



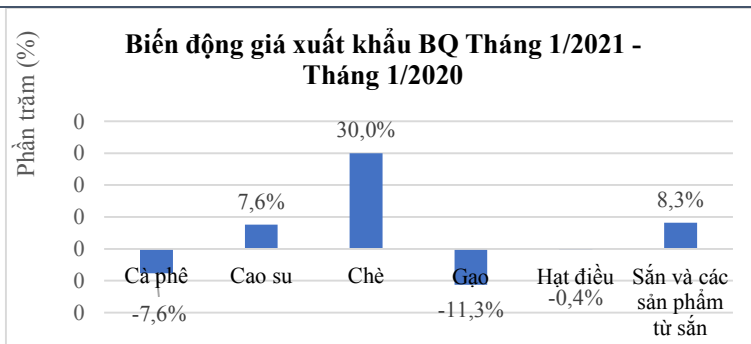
So sánh xuất nhập khẩu NLTS Việt Nam - Trung Quốc (T1.2021/T1.2020)

- Xuất khẩu ▲ 57,0%
- Nhập khẩu ▲ 39,9%



So sánh T1.2021/T1.2020

- Cà phê ▲ 238,5%
- Cao su ▲ 130,1%
- Chè ▲ 560,7%
- Gạo ▲ 179,6%
- Gỗ và SP Gỗ ▲ 8,1%
- Rau quả ▲ 5,4%
- Thủy sản ▼ 12,6%
- Hạt điều ▲ 190,1%
- Mây tre đan ▲ 31,7%
- SP từ cao su ▲ 47,4%
- Sắn và SP Sắn ▲ 146,5%
- TĂGS và NL ▲ 30,9%
- Thịt và SP thịt ▼ 31,4%



So sánh giá xuất khẩu T1.2021/T1.2020

- Cà phê ▼ 7,6%
- Cao su ▲ 7,6%
- Chè ▲ 30,0%
- Gạo ▼ 11,3%
- Hạt điều ▼ 0,4%
- Sắn & SP sắn ▲ 8,3%

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH THỊ TRƯỜNG

Năm 2020, đại dịch Covid-19 đã khiến mức tăng trưởng của nhiều nền kinh tế trên toàn cầu bị suy giảm mạnh chưa từng thấy trong nhiều thập kỷ qua. Dù các nền kinh tế đã có sự phục hồi mạnh mẽ trong quý III/2020, tuy nhiên con đường trở lại bình thường vẫn còn mong manh khi vắc xin ngừa Covid-19 đã được phân phối tại nhiều quốc gia, nhưng số ca mắc mới vẫn gia tăng vào dịp cuối năm, đặc biệt khi xuất hiện nhiều biến thể mới của Covid-19. Hầu hết các tổ chức quốc tế đều có chung nhận định, kinh tế toàn cầu khó có thể phục hồi trong ngắn hạn mà sẽ phải mất nhiều năm. Theo dự báo mới nhất ngày 16/2 của Quỹ Tiền tệ quốc tế IMF, dưới tác động của dịch viêm phổi do chủng mới của virus corona gây ra (COVID-19), tăng trưởng kinh tế toàn cầu có thể suy giảm 0,1-0,2% so với mức 3,3% theo dự báo trước đó.

Nền kinh tế Trung Quốc thuộc hàng lớn nhất thế giới đã thoát khỏi đại dịch với dấu hiệu tích cực. Theo quan điểm của các chuyên gia, điều đó có nghĩa là kinh tế Trung Quốc sẽ tiếp tục phát triển nhanh hơn những nền kinh tế khác. Theo dự kiến, năm 2021 GDP của Trung Quốc sẽ tăng 8,2%. Với nhịp độ này, nền kinh tế hàng đầu châu Á có thể đuổi kịp Mỹ về Tổng sản phẩm quốc nội, không phải vào giữa những năm 2030 như các nhà phân tích dự đoán mà là sớm hơn.

Các chuyên gia từ công ty tài chính Nhật Bản Nomura kết luận rằng đại dịch COVID-19 không gây ảnh hưởng nặng đến nền kinh tế quốc dân của Trung Quốc như ở Mỹ, và Trung Quốc sẽ bắt kịp Mỹ vào năm 2028. Nếu đồng nội tệ của nước này mạnh lên, vào khoảng 6 NDT đổi 1 USD thì mốc đuổi kịp sẽ sớm hơn 2 năm nữa. Hiện, tỷ giá trung bình là 6,9 NDT đổi 1 USD.

Chuyên gia từ công ty tài chính Mỹ JP Morgan Asset Management cũng tính toán rằng trong vòng 8-10 năm tới, kinh tế Trung Quốc sẽ đuổi kịp Mỹ. Các nhà phân tích của ngân hàng đầu tư Trung Quốc “China Renaissance” cũng tán thành dự đoán trên.

Theo số liệu công bố của Tổng cục Thống kê quốc gia Trung Quốc, chỉ số CPI trong tháng 1/2021 tăng so với tháng trước và giảm so với cùng kỳ năm 2020. Xét theo tháng, CPI tăng 1,0% so với tháng trước do cận kề lễ hội, dịch bệnh trong nước và thời tiết giá lạnh. Trong đó, giá lương thực tăng 4,1%, góp phần đẩy CPI tăng 0,78 điểm phần trăm. Đối với thực phẩm, do thời tiết giá lạnh và mưa, tuyết ở một số khu vực đã làm tăng chi phí sản xuất, bảo quản và vận chuyển rau tươi, đồng thời giá tăng 19,0%; do nguồn dự trữ trứng gà giảm và dịch bệnh ảnh hưởng đến tình hình xuất khẩu trứng ở một số khu vực, giá trứng gà tăng 11,1%. Do chịu tác động nhu cầu tiêu dùng tăng cao trước dịp lễ tết, chi phí thực phẩm tăng, giá thịt lợn, thịt bò và thịt cừu lần lượt tăng tăng 5,6%, 1,2% và 2,7%. Giá các sản phẩm phi lương thực tăng 0,3% so với tháng trước, tác động đến CPI tăng khoảng 0,22 điểm

phần trăm. Trong nhóm hàng phi thực phẩm, giá xăng, dầu diesel và khí dầu mỏ hóa lỏng lần lượt tăng 4,2%, 4,6% và 5,0% do biến động của giá dầu thô quốc tế.

So với cùng kỳ năm trước, do lễ hội mùa xuân diễn ra không đúng tháng nên số liệu so sánh với cùng kỳ năm trước là tương đối cao, chỉ số CPI từ mức tăng 0,2% của tháng trước giảm xuống mức 0,3%. Trong đó, giá lương thực tăng 1,6% so với tháng trước, tác động đến mức tăng CPI khoảng 0,3 điểm phần trăm. Ở nhóm thực phẩm, giá rau tươi tăng 10,9%; giá thịt lợn giảm 3,9%; giá thịt gà và thịt vịt giảm lần lượt là 10,7% và 6,8% và biên độ giảm đều thu hẹp. Giá các sản phẩm phi lương thực giảm 0,8%, tác động làm CPI giảm khoảng 0,64 điểm phần trăm. Trong số các mặt hàng phi thực phẩm, giá cước giao thông và thông tin liên lạc giảm 4,6%, giá nhà ở giảm 0,4% và giá chăm sóc sức khỏe tăng 0,4%.

Văn kiện Trung ương số 1 năm 2021 của Đảng Cộng sản Trung Quốc chính thức công bố ngày 21/2/2021, trong đó mô tả một kế hoạch chi tiết cho sự hồi sinh nông thôn của Trung Quốc trong giai đoạn tiếp theo. Năm 2021 là năm đầu tiên trong Kế hoạch 5 năm lần thứ 14 (2021-2025) của Trung Quốc, văn kiện đề xuất đến năm 2025, hiện đại hóa nông nghiệp nông thôn sẽ đạt được những bước tiến quan trọng, hiện đại hóa cơ sở hạ tầng nông nghiệp đạt trình độ mới, bước đầu tạo thuận lợi cho các cơ sở sinh hoạt nông thôn, đồng đều ở mức độ cơ bản các dịch vụ công ở thành thị và nông thôn sẽ được cải thiện đáng kể. Kết quả giảm nghèo được củng cố và mở rộng, chênh lệch thu nhập giữa thành thị và nông thôn tiếp tục được thu hẹp.

Theo Tổng bí thư Tập Cận Bình, đảm bảo cung cấp hiệu quả các sản phẩm nông nghiệp quan trọng luôn được đặt lên hàng đầu trong công tác “tam nông”, phải giữ vững thế chủ động về an ninh lương thực, đẩy mạnh sản xuất lương thực hàng năm. Nắm vững thế chủ động về an ninh lương thực quốc gia, đảm bảo ổn định sản xuất và cung ứng các mặt hàng nông sản quan trọng. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng hiện nay và trong tương lai, nhiệm vụ đảm bảo số lượng, đa dạng và chất lượng nông sản của Trung Quốc ngày càng trở nên quan trọng hơn. Đặc biệt trong bối cảnh môi trường quốc tế phức tạp và ngày càng gia tăng bất ổn, càng phải bám sát cơ sở trong nước, quản lý tốt công việc của mình, kiên quyết ổn định nền tảng nông nghiệp, ứng phó với nguồn bên ngoài bằng sự ổn định của sản xuất và cung ứng lương thực trong nước. Luôn luôn giữ vững thế chủ động về an ninh lương thực quốc gia. Thực hiện mọi biện pháp để giữ ổn định diện tích sản xuất và sản lượng. Khu vực sản xuất lương thực chính, khu vực tiêu dùng, khu vực điều phối sản xuất và tiêu dùng đều phải đảm bảo về diện tích trồng trọt và sản lượng, cùng chia sẻ lợi ích và trách nhiệm.

Theo Bộ Nông nghiệp và Nông thôn Trung Quốc, tính đến cuối năm 2020, số lượng đàn lợn đã phục hồi 92%, cung cầu toàn thị trường đang trên đà tăng trưởng tốt, dự kiến trong nửa cuối năm nay, sản lượng lợn hơi và nguồn cung thịt lợn sẽ trở lại mức bình thường hàng năm. Theo đó, từ năm 2020, Bộ Nông nghiệp và Nông thôn đã thực hiện một số biện pháp hỗ trợ khôi phục năng lực chăn nuôi lợn và ổn định sản lượng lợn, cũng như nguồn cung thị trường. Dự kiến, quý I năm nay, khoảng tháng 3, giá tăng khoảng 40% so với cùng

kỳ năm ngoái. Đến quý II, khoảng tháng 6, đàn lợn có thể khôi phục lại mức bình thường của năm 2017. Trong nửa cuối năm, sản lượng lợn hơi và nguồn cung thịt lợn sẽ dần trở lại mức bình thường hàng năm. Tại Văn kiện Trung ương số 1 của Đảng Cộng sản Trung Quốc năm nay rất coi trọng vấn đề này, kêu gọi bảo vệ năng lực sản xuất cơ bản của ngành chăn nuôi lợn và đưa ra một cơ chế dài hạn hợp lý cho sự phát triển ổn định về bền vững của ngành chăn nuôi lợn.

Gần đây, hạn hán nghiêm trọng do khí tượng đã xảy ra ở một số tỉnh ở miền nam Trung Quốc như Chiết Giang và Quảng Đông, một số khu vực tình trạng hạn hán tiếp diễn liên tục từ mùa thu năm ngoái kéo dài đến tận mùa xuân năm nay. Theo thống kê của Bộ Thủy lợi Trung Quốc, tính đến ngày 26/1/2021, 7,13 triệu mẫu đất canh tác trên toàn quốc đã bị ảnh hưởng bởi hạn hán và 170.000 người dân nông thôn gặp khó khăn về nước sinh hoạt do hạn hán. Nhiều thành phố, quận và thị trấn ở Chiết Giang, Quảng Đông, Vân Nam và các tỉnh khác đang xảy ra tình trạng thiếu nước. Các biện pháp khẩn cấp như cấp nước có thời hạn, hạn chế và có áp lực cần được thực hiện để đảm bảo nước sinh hoạt cơ bản, ảnh hưởng đến khoảng 1,4 triệu người.

Theo phân tích của Qian Yonglan, nhà nghiên cứu cấp cao tại Trung tâm Khí tượng Nông nghiệp và Sinh thái thuộc Đài Quan sát Khí tượng Trung ương, hạn hán ở miền Nam sẽ có những ảnh hưởng bất lợi nhất định đến sinh trưởng của rau và các loại cây trồng trong vụ thu đông như trồng mía. Do lúa sớm chưa gieo sạ trên diện rộng nên hiện nay ít bị ảnh hưởng. Tuy nhiên, bắt đầu từ cuối tháng 2, lúa sớm ở Nam Trung Quốc (Quảng Đông, Quảng Đông, Quảng Tây) đã được gieo và xuống giống từ nam chí bắc, nếu lượng mưa tiếp tục thấp có thể ảnh hưởng đến việc gieo sạ, làm giống và gieo cấy. Theo Phó Giám đốc Văn phòng Dự báo Khí hậu của Trung tâm Khí hậu Quốc gia, nói với các phóng viên rằng dự kiến mùa xuân năm nay (tháng 3 đến tháng 5), nhiệt độ sẽ cao hơn và lượng mưa sẽ thấp ở miền trung và đông Giang Nam và miền Trung và Đông Nam Trung Quốc, đặc biệt là ở Chiết Giang, Phúc Kiến, Giang Tây, Quảng Đông và các tỉnh khác. Dưới 2-50%, hạn hán do khí tượng ở các khu vực nói trên có thể tăng cường trở lại, hình thành hạn hán liên tục "thu, đông, xuân". .

Theo Bộ Nông nghiệp và Nông thôn Trung Quốc, trong dịp lễ hội mùa xuân, mặc dù giá rau tăng theo mùa nhưng tốc độ tăng thu hẹp đáng kể. Trong tháng 2 (tính đến ngày 21/2), giá bán buôn trung bình trên toàn quốc của 28 loại rau do Bộ Nông nghiệp và Nông thôn giám sát là 6,21 nhân dân tệ/kg, tăng 8,8% so với cùng kỳ năm trước và tăng theo tháng là 5,6%, thấp hơn 10,1 điểm phần trăm so với mức tăng trung bình hàng tháng vào tháng Hai trong ba năm qua. Về giống, giá so tháng của 19 loại tăng, 6 loại giảm và 3 loại không đổi. Từ góc độ giá hàng tuần, giá rau bán buôn trung bình trong tuần thứ 8 (15-21/2) là 6,13 nhân dân tệ/kg, giảm 4,2% so với tháng trước, cho thấy xu hướng giảm nhanh theo mùa sau kỳ nghỉ lễ.

Theo báo cáo của Phòng Thương mại Trung Quốc về Xuất nhập khẩu thực phẩm, sản phẩm bản địa và phụ phẩm động vật, giá trị nhập khẩu trái cây năm 2020 của Trung Quốc

đạt 10.260 triệu USD, tăng 8% so với năm 2019. Trong khi đó, khối lượng nhập khẩu đạt 6,302 triệu tấn, giảm 8% trong tổng khối lượng nhập khẩu trái cây, do đại dịch Covid-19 tác động lên chuỗi cung ứng trên toàn thế giới. Xét về giá trị nhập khẩu, 9 loại trái cây nhập khẩu chính của Trung Quốc là sầu riêng, anh đào, chuối, măng cụt, nho tươi, thanh long, nhãn, kiwi và cam (tươi và khô).

Trong dịp Tết Nguyên đán năm nay, không có biến động lớn về giá các loại trái cây được ưa chuộng dùng trong gia đình và biếu tặng người thân, bạn bè. Tính đến ngày 19 tháng 2, Bộ Nông nghiệp và Nông thôn Trung Quốc theo dõi giá bán buôn bình quân hàng tháng của 6 loại trái cây ở mức 6,39 nhân dân tệ/kg, tăng 11,7% so với cùng kỳ và tăng 4,7% so với tháng trước. Trong đó, lê, dứa và dứa hấu, táo Fuji tăng lần lượt 59,3%, 27,9%, 19,6% và 6,3% so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, cũng có sự sụt giảm trong lễ hội mùa xuân, chẳng hạn như nho và chuối Kyoho giảm lần lượt là 7,4% và 4,2%. So với cùng kỳ, nho Kyoho, chuối và táo Fuji lần lượt tăng 9,0%, 7,5% và 5,1%. Giá dứa hấu và lê cũng tăng nhẹ.

Các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Argentina mới đây cho biết xuất khẩu lúa mạch của quốc gia Nam Mỹ này sang Trung Quốc có thể sẽ đạt mức kỷ lục gần 1 triệu tấn trong năm nay, trong bối cảnh Bắc Kinh đang tìm kiếm các nhà cung cấp khác nhằm thay thế đối tác truyền thống của nước này là Australia (giá trị xuất khẩu mặt hàng này mỗi năm vào khoảng 800 – 1.300 triệu USD). Theo đó, các công ty xuất khẩu nông sản Argentina đã trình Chính phủ đề nghị cho phép bán ra thị trường nước ngoài, chủ yếu sang Trung Quốc, khoảng 1,1 triệu tấn lúa mạch làm thức ăn gia súc trong niên vụ 2020-2021, vụ thu hoạch vừa kết thúc cách đây vài tuần. Quốc gia Mỹ La tinh này có thể sẽ giảm diện tích gieo trồng lúa mì để chuyển sang trồng lúa mạch, dự kiến sẽ sản xuất khoảng 4,2 triệu tấn lúa mạch trong niên vụ 2021-2022, tăng mạnh so với 3,8 triệu tấn thu được trong niên vụ 2020-2021, chủ yếu do nhu cầu tăng cao từ Trung Quốc.

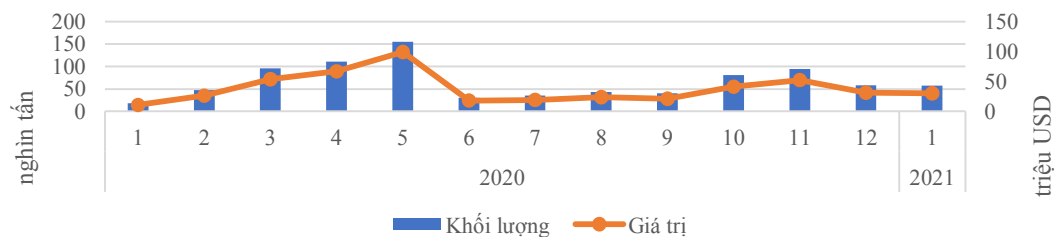
CÁC MẶT HÀNG XUẤT KHẨU CHỦ LỰC

1. LÚA GẠO

Theo dự báo cập nhật tháng 02/2021 của USDA, sản lượng gạo của Trung Quốc trong năm 2021 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 01/2021, Việt Nam xuất khẩu được 57,8 nghìn tấn gạo, trị giá 30,1 triệu USD sang Trung Quốc giảm 1,2% về khối lượng và 3,9% về giá trị so với tháng 12/2020, nhưng tăng 215,1% về khối lượng và 179,6% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

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

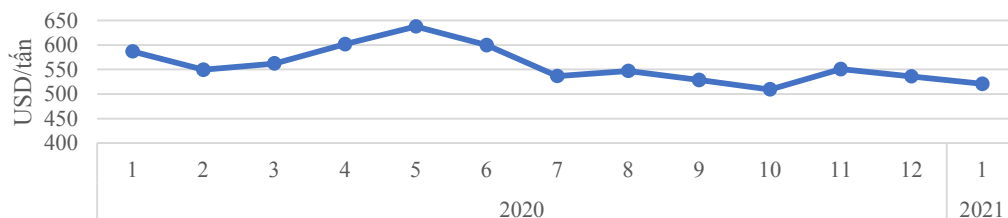


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 01/2021, gạo nếp tiếp tục là mặt hàng xuất khẩu chủ yếu của Việt Nam sang Trung Quốc đạt 55,9 nghìn tấn, trị giá 29,1 triệu USD (chiếm 96,7% về khối lượng và 96,5% về giá trị); so với tháng 01/2020, xuất khẩu gạo nếp sang Trung Quốc đã tăng 232,6% về khối lượng và 183,3% về giá trị.

Giá xuất khẩu gạo trung bình sang thị trường Trung Quốc tháng 01/2021 đạt 520,9 USD/tấn, giảm 2,8% so với tháng 12/2020 và 11,3% so với cùng kỳ năm 2020.

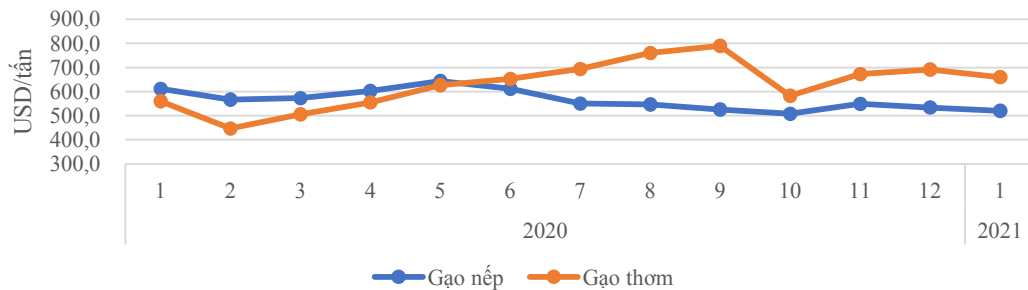
Hình 2: Giá xuất khẩu trung bình sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá các loại gạo chính xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc đều có xu hướng giảm trong tháng. Giá xuất khẩu gạo nếp tháng 01/2021 đạt trung bình 520,0 USD/tấn, giảm 2,7% so với tháng 12/2020 và 15,0% so với cùng kỳ năm ngoái. Giá gạo thơm đạt 660,0 USD/tấn, giảm 4,5% so với tháng 12/2020 nhưng tăng 17,8% 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

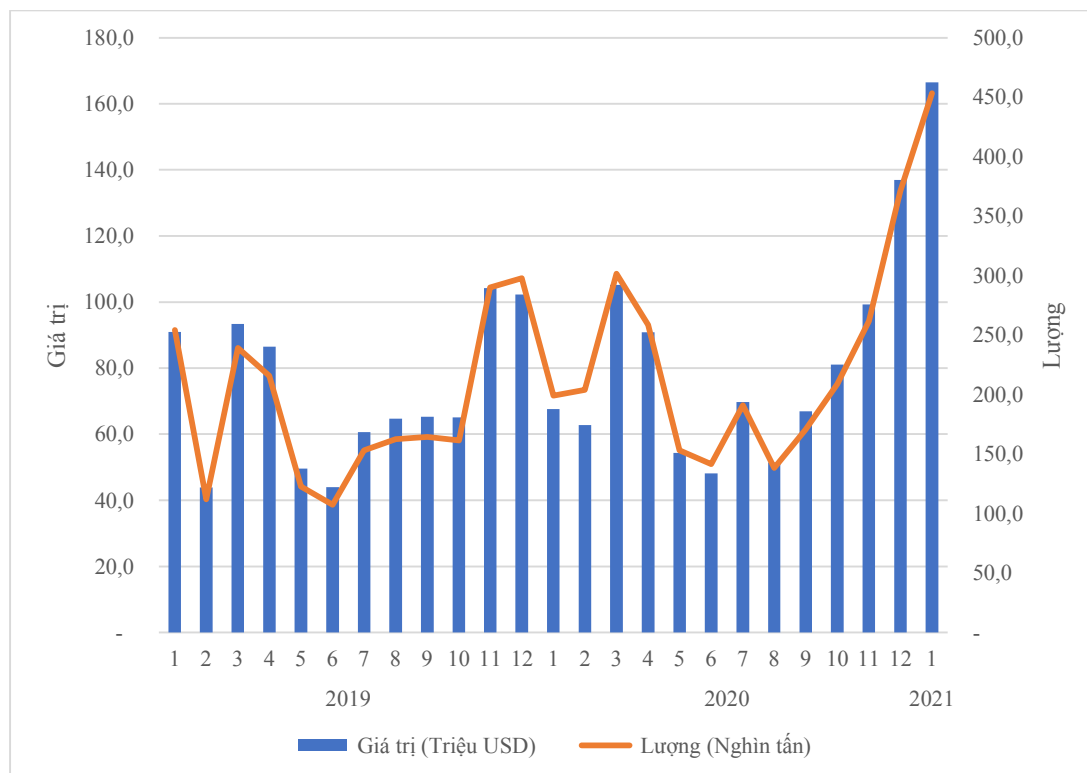
Trong tháng 01/2021, top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH Dương Vũ, Công ty TNHH Tân Thạnh An và Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Thương mại Dịch vụ Phan Minh. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt là 24,3%, 17,8% và 16,1% tổng kim ngạch xuất khẩu gạo sang thị trường Trung Quốc trong tháng 01/2021. So với cùng kỳ năm 2020, Công ty TNHH Dương Vũ tăng 33,2%, trong khi Công ty TNHH Tân Thạnh An và Công ty TNHH Đầu tư Sản xuất Thương mại Dịch vụ Phan Minh không xuất khẩu trong tháng 01/2020 nhưng có xuất khẩu trong tháng 01/2021.

2. SẢN VÀ SẢN PHẨM TỪ SẢN

Theo thống kê của Cơ quan Hải quan Trung Quốc, trong năm 2020, nhập khẩu sản lát (mã HS 071410) của Trung Quốc đạt 782,9 triệu USD, tăng 22% so với năm 2019. Thái Lan, Việt Nam, Campuchia và Lào là 4 thị trường cung cấp sản lát lớn nhất cho Trung Quốc trong năm 2020. Với tinh bột sắn (mã HS: 11081400) đạt 2,75 triệu tấn, trị giá 1,13 tỷ USD, tăng 16,1% về lượng và tăng 9,7% về trị giá so với năm 2019, chủ yếu nhập khẩu từ Thái Lan, Việt Nam, Lào và Campuchia.

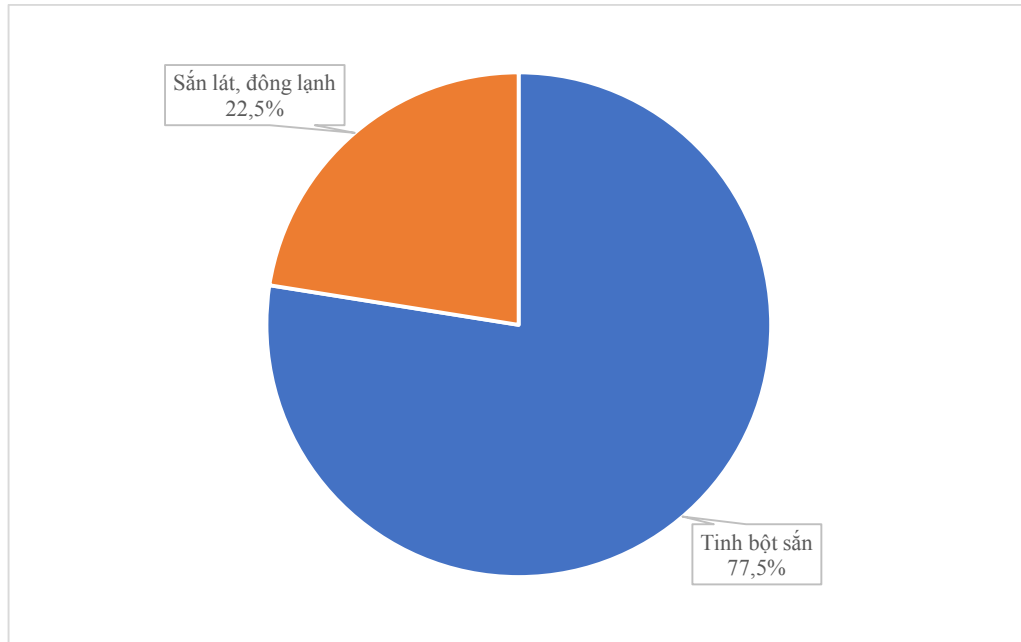
Xuất khẩu sản và các sản phẩm sắn của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc tăng kỷ lục bất chấp tác động của dịch bệnh Covid-19 ảnh hưởng lên thương mại biên giới hai nước. Trong tháng 1/2021, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu sản và các sản phẩm sắn sang thị trường này đạt lần lượt là 453,5 nghìn tấn và 166,6 triệu USD, tăng 22% cả về lượng và kim ngạch so với tháng trước. So sánh với cùng kỳ năm 2020, tăng 127,7% về lượng và tăng 146,5% về kim ngạch, nguyên nhân là do tháng 1/2020 trùng với dịp nghỉ Tết Nguyên đán.

Hình 4: Khối lượng và giá trị xuất khẩu sản sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Về cơ cấu, thị trường Trung Quốc chiếm 95,4% về khối lượng và 95,9% về giá trị xuất khẩu sản của Việt Nam trong tháng 1 năm 2021. Trong đó, giá trị xuất khẩu tinh bột sắn chiếm 77,5% tổng giá trị xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc; sản lát, đông lạnh chiếm 22,5%.

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

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tháng 1/2021, do giá ngô thế giới tăng mạnh, Trung Quốc đã tăng cường nhập khẩu sắn lát thay thế cho ngô trong một số ứng dụng, như thức ăn chăn nuôi. Việt Nam đã được hưởng lợi lớn từ xu hướng này.

Trong tháng 1/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH Thương mại Hồng Nga Sài Gòn, Công ty TNHH Minh Toàn Tây Ninh và Công ty CP Nông sản Thực phẩm Quảng Ngãi với tỷ trọng xuất khẩu lần lượt là 9,7%, 7,6% và 7,5%.

3. RAU QUẢ

Theo Bộ Nông nghiệp và Nông thôn Trung Quốc, trong dịp lễ hội mùa xuân, mặc dù giá rau tăng theo mùa nhưng tốc độ tăng thu hẹp đáng kể. Trong tháng 2 (tính đến ngày 21/2), giá bán buôn trung bình trên toàn quốc của 28 loại rau do Bộ Nông nghiệp và Nông thôn giám sát là 6,21 nhân dân tệ/kg, tăng 8,8% so với cùng kỳ năm trước và tăng theo tháng là 5,6%, thấp hơn 10,1 điểm phần trăm so với mức tăng trung bình hàng tháng vào tháng Hai trong ba năm qua. Về giống, giá so tháng của 19 loại tăng, 6 loại giảm và 3 loại không đổi. Từ góc độ giá hàng tuần, giá rau bán buôn trung bình trong tuần thứ 8 (15-21/2) là 6,13 nhân dân tệ/kg, giảm 4,2% so với tháng trước, cho thấy xu hướng giảm nhanh theo mùa sau kỳ nghỉ lễ.

Theo chuyên gia nghiên cứu tại Viện Khoa học Nông nghiệp Trung Quốc cho rằng nguyên nhân biến động giá rau trong tháng 2 chủ yếu là do ảnh hưởng của kỳ nghỉ lễ. Đầu tháng, giá rau giảm nhẹ, một mặt do một số mặt hàng rau đông lạnh phục hồi tốt hơn sau đợt lạnh, lượng bán ra thị trường tăng, mặt khác do súp lơ và các loại khác bị thu hoạch muộn đã đang cung cấp ra thị trường, giá cả bắt đầu giảm, ổn định hơn. Tuần lễ cận Tết, do ảnh hưởng của việc tích trữ hàng dịp Tết Nguyên đán tại địa phương, nhu cầu tiêu thụ rau tại các thành phố lớn và vừa trên cả nước tăng mạnh, giá rau tăng nhẹ trở lại. Sau kỳ nghỉ lễ, thời tiết ấm lên, giá rau trên cả nước tiếp tục giảm, dần bước vào đợt giảm giá theo mùa.

Tết năm nay, không có biến động lớn về giá các loại trái cây được ưa chuộng dùng trong gia đình và biếu tặng người thân, bạn bè. Tính đến ngày 19 tháng 2, Bộ Nông nghiệp và Nông thôn Trung Quốc theo dõi giá bán buôn bình quân hàng tháng của 6 loại trái cây ở mức 6,39 nhân dân tệ/kg, tăng 11,7% so với cùng kỳ và tăng 4,7% so với tháng trước. Trong đó, lê, dưa và dưa hấu, táo Fuji tăng lần lượt 59,3%, 27,9%, 19,6% và 6,3% so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, cũng có sự sụt giảm trong lễ hội mùa xuân, chẳng hạn như nho và chuối Kyoho giảm lần lượt là 7,4% và 4,2%. So với cùng kỳ, nho Kyoho, chuối và táo Fuji lần lượt tăng 9,0%, 7,5% và 5,1%. Giá dưa hấu và lê cũng tăng nhẹ.

Từ năm 2016 đến năm 2019, diện tích trồng cây ăn quả của Trung Quốc tăng từ 10.917 nghìn ha lên 12.277 nghìn ha, sản lượng quả tăng từ 244 triệu tấn lên 274 triệu tấn. Năm 2020, tổng sản lượng trái cây của các vùng sẽ ở mức cao, tổng sản lượng dự kiến sẽ tăng so với cùng kỳ năm ngoái và thị trường sẽ có đủ nguồn cung vào mùa xuân này. Lấy ví dụ như Apple, vào năm 2020, sản lượng táo cả nước dự kiến là hơn 41 triệu tấn. Khoảng 11 triệu tấn táo sẽ được bảo quản trong kho lạnh vào mùa vụ mới, tăng 8 %, ở mức cao trong lịch sử.

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.

Theo USDA dự báo, tiêu thụ và xuất khẩu chanh thế giới niên vụ 2020/21 sẽ tăng do nhu cầu mạnh (nhu cầu của các hộ gia đình tăng mạnh át đi nhu cầu giảm sút trong lĩnh vực nhà hàng). Trong khi đó, sản lượng chanh toàn cầu năm 2020/21 được USDA dự báo sẽ giảm nhẹ xuống 8,3 triệu tấn do sản lượng ở Argentina và Mỹ giảm, mặc dù sản lượng của Liên minh Châu Âu và Mexico tăng. Dịch Covid-19 đã đẩy nhu cầu chanh thế giới tăng lên để đáp ứng nhu cầu bổ sung vitamin C chống dịch của người tiêu dùng. Tại Trung Quốc, chi phí vận chuyển tăng do tác động của dịch Covid-19, đẩy giá chanh cả nhập khẩu và xuất khẩu đều tăng theo. Trong khi đó, sản lượng chanh của Trung Quốc năm 2020/21 ước tính giảm khoảng 30 – 35% do thời tiết bất lợi.

Theo báo cáo của Phòng Thương mại Trung Quốc về Xuất nhập khẩu thực phẩm, sản phẩm bản địa và phụ phẩm động vật, giá trị nhập khẩu trái cây năm 2020 của Trung Quốc đạt 10.260 triệu USD, tăng 8% so với năm 2019. Trong khi đó, khối lượng nhập khẩu đạt 6,302 triệu tấn, giảm 8% trong tổng khối lượng nhập khẩu trái cây, do đại dịch Covid-19 tác động lên chuỗi cung ứng trên toàn thế giới. Xét về giá trị nhập khẩu, 9 loại trái cây nhập khẩu chính của Trung Quốc là sầu riêng, anh đào, chuối, măng cụt, nho tươi, thanh long, nhãn, kiwi và cam (tươi và khô).

Xuất khẩu trái cây của Trung Quốc cũng tăng trưởng ổn định trong hai năm qua, khối lượng và kim ngạch xuất khẩu trái cây năm 2020 lần lượt đạt 3,86 triệu tấn (tăng 7% so với năm trước) và 6,39 tỷ USD (tăng 16%). Các loại trái cây chính mà Trung Quốc xuất khẩu vào năm 2020, theo giá trị, là táo, nho tươi, cam quýt, lê, hồng, chanh, bưởi, đào tươi (bao gồm cả quả xuân đào), và cam khô.

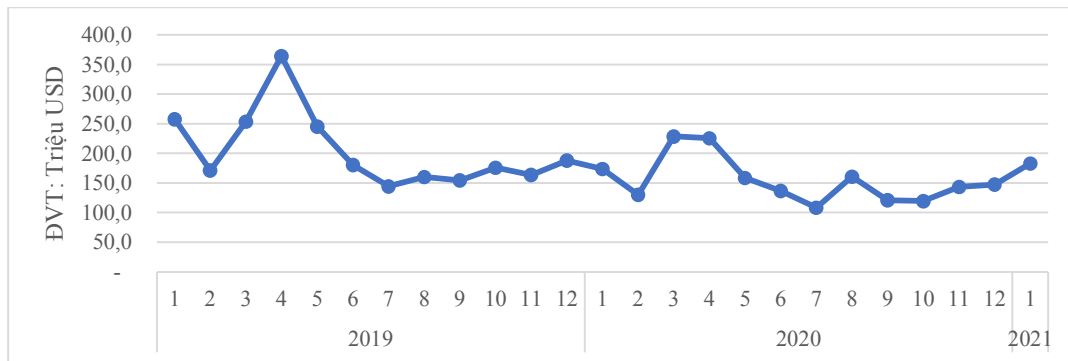
Tiêu thụ trái cây ở Trung Quốc đã tăng đều đặn trong vài năm qua do các yếu tố khác nhau, như tăng dân số, tăng thu nhập và đô thị hóa ngày càng tăng. Kết quả là, xuất nhập khẩu trái cây của Trung Quốc đang bùng nổ, chiếm hơn 6% tổng kim ngạch thương mại trái cây toàn cầu.

Theo thông tin từ Bộ Công thương, từ ngày 10/2 (29 Tết) đến hết ngày 17/2 (mùng 6 Tết) đã có hơn 14.000 tấn thanh long được các doanh nghiệp Việt Nam làm thủ tục xuất khẩu sang Trung Quốc. Trong những ngày nghỉ Tết, các lực lượng chức năng tại cửa khẩu như hải quan, biên phòng, kiểm dịch y tế... đã duy trì lực lượng trực để tạo điều kiện thuận lợi, làm thủ tục thông quan nhanh, bảo đảm cho hàng hóa xuất khẩu nhanh, an toàn cho doanh nghiệp trong những ngày đầu năm mới.

Tính đến hiện tại, Trung Quốc mới mở cửa thị trường cho 9 loại quả của Việt Nam là: thanh long, xoài, chuối, nhãn, vải, chôm chôm, măng cụt, dưa hấu, mít. Nhưng với việc ký kết Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), Việt Nam sẽ có cơ hội mở rộng xuất khẩu các sản phẩm khác như sầu riêng, chanh dây, bơ, bưởi và táo khế, ...

Giá trị xuất khẩu rau quả sang thị trường Trung Quốc tháng 1 năm 2021 đạt 182,9 triệu USD, chiếm 59,1% tổng giá trị xuất khẩu, tăng 24,4% so với tháng trước (đạt 147,1 triệu USD) và tăng 5,4% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 173,6 triệu USD).

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

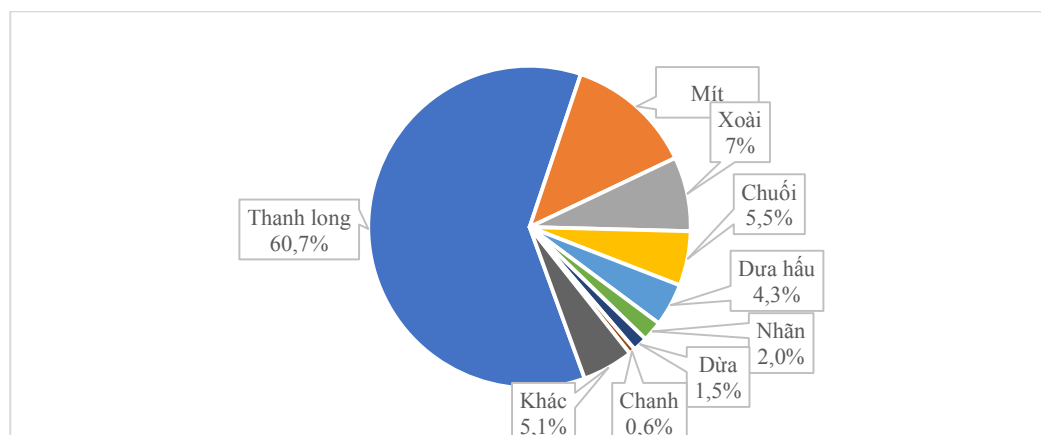


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Cơ cấu xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Trung Quốc tháng 1 năm 2021, mặt hàng rau quả tươi, khô, đông lạnh, sơ chế đạt 171,2 triệu USD (chiếm 93,6% thị phần, tăng 4% so với cùng kỳ năm 2019) và rau quả chế biến đạt 11,8 triệu USD (chiếm 6,4%, tăng 31,6%). So sánh với cùng kỳ năm 2020, mặt hàng trái cây đông lạnh, sấy khô, dẻo (mã HS.2008) đạt 9,5 triệu USD, tăng 24,7%; nước ép, nước cốt trái cây (mã HS.2009) đạt 1,5 triệu USD, tăng 243,7%; rau quả muối chua(mã HS.2001) đạt 423,4 nghìn USD, tăng 49,2%; ...

Trong tháng 1 năm 2021, các mặt hàng rau quả có giá trị xuất khẩu cao nhất bao gồm thanh long đạt 110,9 triệu USD (chiếm 60,7% tổng giá trị xuất khẩu rau quả sang thị trường này, tăng 15,7% so với cùng kỳ năm 2019); mít đạt 23,4 triệu USD (chiếm 12,8%, tăng 159,1%); xoài đạt 13,7 triệu USD (chiếm 7,5%, giảm 28,1%); chuối đạt 10 triệu USD (chiếm 5,5%, giảm 4,3%), dưa hấu đạt 7,8 triệu USD (chiếm 4,3%, giảm 8%); nhãn đạt 3,7 triệu USD (chiếm 2%, giảm 69,7%); ...

Hình 7: Cơ cấu các loại rau quả chính xuất khẩu sang Trung Quốc tháng 1/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

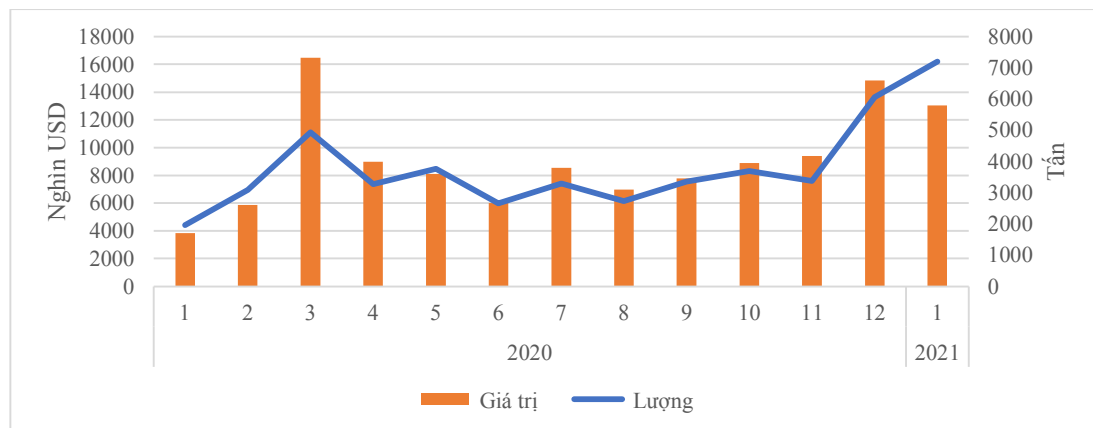
Giá trị nhập khẩu rau quả từ thị trường Trung Quốc tháng 1 năm 2021 đạt 45,3 triệu USD, chiếm 30,4% tổng giá trị nhập khẩu, tăng 59,2% so với cùng kỳ năm 2020 (đạt 28,5 triệu USD). Trong tháng 1/2021, sản phẩm rau quả Việt Nam nhập khẩu nhiều nhất từ thị trường này là tỏi đạt 10 triệu USD (chiếm 22,1%, tăng 100% so với cùng kỳ năm trước); nấm các loại đạt 7,8 triệu USD (chiếm 17,3%, giảm 13,8%); quýt đạt 4,3 triệu USD (chiếm 9,5%, tăng 188,5%); táo đạt 3,3 triệu USD (chiếm 7,4%, tăng 68%); hành các loại đạt 2,5 triệu USD (chiếm 5,6%, tăng 49,8%); ...

Trong tháng 1/2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH XNK Yuelaimi, Công ty TNHH XNK Vạn Phát Đạt và Công ty TNHH Export H&T với tỷ trọng xuất khẩu lần lượt là 5,7%; 2,8% và 2,2%. So sánh với cùng kỳ năm ngoái, kim ngạch xuất khẩu của Công ty TNHH XNK Yuelaimi tăng 166,2%, Công ty TNHH XNK Vạn Phát Đạt tăng 116%. Trong khi đó, Công ty TNHH Export H&T không xuất khẩu trong tháng 1/2020 nhưng đã đẩy mạnh xuất khẩu trong tháng 1/2021.

4. CÀ PHÊ

Xuất khẩu cà phê của Việt Nam sang Trung Quốc giảm so với tháng trước tuy nhiên tăng mạnh so với cùng kỳ. Xuất khẩu tháng 1/2021 đạt 7,2 nghìn tấn, trị giá 13,03 triệu USD, tăng 18,7% về khối lượng nhưng giảm 12% về giá trị so với tháng 12/2020. So với cùng kỳ tháng 1/2020, xuất khẩu đã tăng 266% về khối lượng và tăng 238% về giá trị.

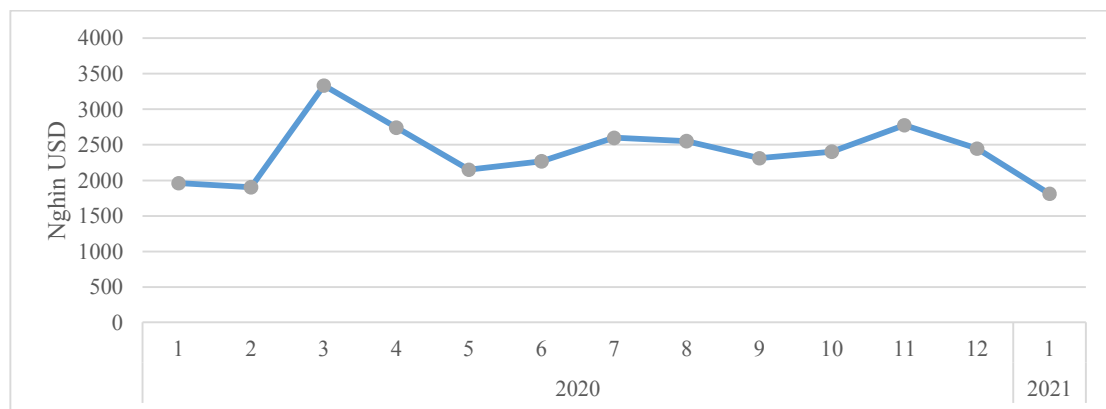
Hình 8: Khối lượng và giá trị cà phê xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

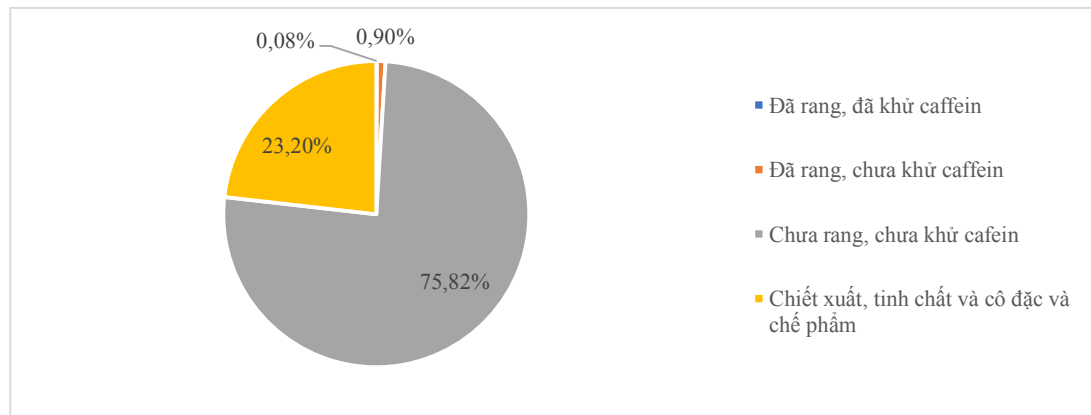
Tháng 01/2021, giá cà phê xuất khẩu bình quân sang thị trường Trung Quốc là 1.810 USD/tấn, giảm 26% so với tháng 12/2020 và giảm 7,57% so với tháng 12/2019.

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 thô chưa rang, chưa khử caffein (mã HS 090111) xuất khẩu trong tháng 01/2020 đạt 9,9 triệu USD chiếm 75% tổng giá trị xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào thị trường Trung Quốc, tăng 514% so với cùng kỳ. Cà phê đã rang, chưa khử cafein đạt 117 nghìn USD, chiếm 0,9% tổng giá trị xuất khẩu, giảm 12,9% so với cùng kỳ, cà phê hòa tan, chiết xuất cô đặc (Mã HS 2101) đạt 3,02 triệu USD chiếm 23% tổng xuất khẩu, tăng 43,5% so với cùng kỳ.

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

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%

Tình hình thị trường cà phê tại Trung Quốc:

Tiêu thụ cà phê của Trung Quốc đang tăng khoảng 20%/ năm, cao hơn 2% so với tốc độ tăng trưởng toàn cầu và điều này chủ yếu được thúc đẩy bởi những người tiêu dùng trẻ tuổi, những người sẽ chiếm hơn 1/4 mức tăng tổng lượng tiêu thụ cà phê ở Trung Quốc vào năm 2030. Rhea Vendors Group, một nhà sản xuất máy bán hàng tự động và máy pha cà phê tự động có trụ sở tại Ý, sẽ tăng cường đầu tư vào thị trường Trung Quốc khi nhận thấy sức mua lớn của những người có thu nhập trung bình mới nổi ở nước này và trong bối cảnh tiềm năng tăng trưởng mạnh mẽ trong lĩnh vực cà phê. Năm ngoái, công ty đã mở một chi nhánh mới tại Thượng Hải, điều này sẽ cho phép Rhea tham gia trực tiếp vào thị trường đang phát triển nhanh, vốn rất dễ tiếp nhận các sản phẩm và dịch vụ được cá nhân hóa ở mức độ cao và động thái này cũng sẽ tăng cường sự hiện diện của công ty trên khắp châu Á. Theo Rhea Vendors Group, nhiều công nghệ tiên tiến - chẳng hạn như trí tuệ nhân tạo, phân tích dữ liệu lớn cũng như công nghệ không tiếp xúc và không dùng tiền mặt - đã được triển khai trong đại dịch COVID-19 và đã trở thành chìa khóa để cung cấp các sản phẩm và dịch vụ ngày càng tùy chỉnh. Các ứng dụng thanh toán của Trung Quốc như Alipay và WeChat Pay, những ứng dụng quan trọng đối với "Bán lẻ mới" - tích hợp hoặc liên kết với nhau, mua sắm trực tuyến và ngoại tuyến bằng cách sử dụng công nghệ hiện đại, dữ liệu và kỹ thuật thu hút khách hàng sẽ giúp cung cấp các giải pháp được cá nhân hóa.

Việc áp dụng AI trong lĩnh vực bán lẻ được kỳ vọng sẽ tạo ra các mô hình kinh doanh và việc làm mới cho các ngành dọc theo chuỗi công nghiệp, từ xử lý thông tin đến sản xuất thông minh, cải thiện hiệu quả tổng thể và giải quyết những hạn chế của các nhà bán lẻ truyền thống, chẳng hạn như quy hoạch kém hiệu quả và phản ứng chậm với những thay đổi của thị trường.

Trung Quốc có mức tăng trưởng GDP 2,3% vào năm 2020 với COVID-19 hoành hành trên toàn thế giới và Thành phố Thành Đô ở phía tây nam Trung Quốc chứng kiến mức tăng trưởng gấp đôi mức trung bình quốc gia. Dữ liệu cho thấy vào năm 2020, trung bình mỗi ngày có một quán cà phê được mở trong thành phố, nâng tổng số cửa hàng cà phê trong thành phố lên hơn 4.000 cửa hàng - chỉ sau Thượng Hải và Bắc Kinh, Thành Đô là thị trường cà phê lớn thứ ba ở Trung Quốc. Và đồ uống có chứa caffein không chỉ dành cho những người làm việc trẻ tuổi. Một số nhà phân tích thậm chí còn tin rằng tổng số cửa hàng cà phê có thể đạt hơn 5.000 vào năm 2020, nếu đại dịch COVID-19 không xảy ra. Tại Trung Quốc tiềm năng thị trường cho trà cũng rất lớn. Quán cà phê không chỉ phục vụ cà phê, tích hợp sản phẩm là xu hướng, nhiều quán cà phê ở Thành Đô đã bắt đầu lấy cảm hứng từ văn hóa trà.

Thị trường cà phê bán lẻ của Trung Quốc đang chứng kiến sự tăng trưởng mạnh mẽ về mặt tài chính và doanh số, nhờ nhu cầu ngày càng tăng đối với các sản phẩm cà phê hòa tan do số lượng lớn người dân làm việc tại nhà và tiêu thụ cà phê tại cửa hàng giảm. Sau đại dịch khi các thương hiệu cà phê hòa tan mới đang phát triển các công nghệ sản xuất tiên tiến hơn như sấy lạnh với chất lượng hạt cà phê tốt hơn, để cung cấp đồ uống ngon hơn. Một báo cáo từ Mintel, một công ty nghiên cứu thị trường cho biết, tổng thị trường cà phê của Trung Quốc ước tính đạt hơn 100 tỷ nhân dân tệ (15,5 tỷ USD), với cà phê hòa tan chiếm 65% đến 70% thị trường. Thị trường cà phê ở Trung Quốc đã bước vào thời kỳ thịnh vượng với nhiều nhãn hiệu, dịp tiêu dùng đa dạng hơn và nhóm người tiêu dùng ngày càng sành sỏi. Kể từ sau đại dịch COVID-19, người tiêu dùng quan tâm hơn đến việc ủng hộ các thương hiệu trong nước để hỗ trợ nền kinh tế địa phương. Khi việc mua cà phê tại chỗ trở nên khó khăn, người tiêu dùng đang chuyển sang sử dụng cà phê hòa tan mới lạ để thỏa mãn cơn thèm của họ.

Một cuộc khảo sát trên 2.600 người tiêu dùng trong độ tuổi từ 20 đến 49 cho thấy 48% xem cà phê là một phần cần thiết của cuộc sống hàng ngày. Gần 54% số người được hỏi thích ưu tiên chất lượng cà phê hơn là sự tiện lợi khi mua và 45% coi cà phê pha ở cửa hàng là quá đắt. Tuy nhiên, doanh số bán cà phê hòa tan phần lớn được thúc đẩy bởi người tiêu dùng trẻ tuổi, trong đó người tiêu dùng nữ trẻ tuổi chiếm hơn 60% lượng tiêu thụ. Theo Mintel doanh số bán cà phê hòa tan mới đã tăng 80% trên các nền tảng thương mại điện tử, chẳng hạn như Tmall, JD và Pinduoduo trong thời gian phong tỏa do COVID-19.

Các thương hiệu cà phê mới cũng tăng trưởng do lượng tiêu thụ "tại nhà" cao hơn. Các công ty này không chỉ nâng cấp chất lượng và hương vị của sản phẩm mà còn chuyển sang bao bì sáng tạo. Saturnbird, được thành lập vào năm 2015, đã nhận được một số vòng tài trợ kể từ năm 2019, từ các nhà đầu tư lớn bao gồm Sequoia Capital. Công ty, được coi là đối thủ của Nestle tại Trung Quốc, đã gây được cảm tình ngay lập tức với khách hàng trẻ thông qua bao bì cốc mini.

Báo cáo của Mintel cho biết các thương hiệu cà phê hòa tan trong nước cũng đã thành công nhờ sự phát triển trưởng thành trong công nghệ cấp đông, hòa tan và chiết xuất ngay

lập tức. Pu Coffee cũng sẽ tăng cường các sản phẩm rang cà phê và ủ lạnh, bên cạnh việc hợp tác với các đồn điền cà phê cao cấp ở nước ngoài. Thương hiệu sẽ tăng gấp ba công suất sản xuất vào cuối năm nay. Sản phẩm đặc trưng của Pu Coffee là cà phê cô đặc dạng lỏng xách tay, mang đến nhiều lựa chọn tiện lợi cho người tiêu dùng. Thương hiệu này cũng bán cà phê hòa tan và cà phê đóng gói có móc treo. Trong sự kiện mua sắm Double 11 năm ngoái, cửa hàng Pu Coffee trên Tmall đã bán các sản phẩm trị giá 20,9 triệu nhân dân tệ, tăng 1.000% so với cùng kỳ năm ngoái, tương đương tổng cộng 4,35 triệu cốc cà phê. Cà phê pha lạnh gói lỏng là loại bán chạy nhất với hơn 370.000 gói được bán ra.

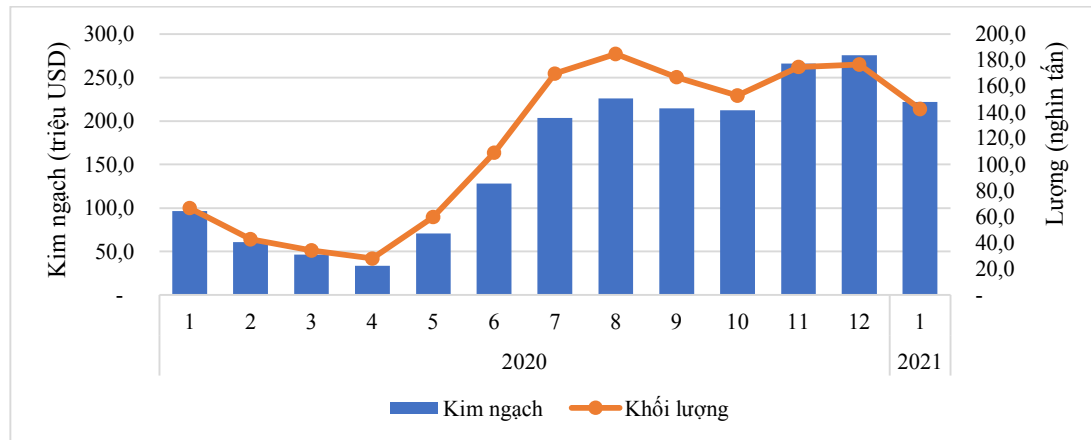
Secre Coffee, một thương hiệu khởi nghiệp với loại cà phê túi nhỏ giọt đặc biệt mang đến cho người tiêu dùng trải nghiệm chất lượng và tiện lợi, đã thành thạo trong việc sử dụng thương mại điện tử xã hội để thu hút và giữ chân người tiêu dùng thông qua các kênh trực tuyến. K Coffee, thương hiệu thuộc chuỗi cửa hàng thức ăn nhanh KFC, đã giới thiệu loại cà phê hòa tan pha lạnh vào tháng 11.

Nestle, công ty có ba thương hiệu cà phê chính là Nescafe, Nespresso và Starbucks, là một công ty khác đang tăng giá trên thị trường cà phê hòa tan Trung Quốc. Công ty, là nhà sản xuất cà phê lớn nhất thế giới với 23% thị phần cà phê toàn cầu trị giá 77 tỷ USD, đã phát triển một loại cà phê hòa tan cao cấp mới có tên Sense Coffee với hạt cà phê có nguồn gốc từ tỉnh Vân Nam.

5. CAO SU

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 01/2021, xuất khẩu cao su sang thị trường Trung Quốc ước đạt 142,4 nghìn tấn với trị giá 222,1 triệu USD, giảm 19,4% về khối lượng và 19,5% về giá trị so tháng trước, nhưng tăng 114,0% về khối lượng và 130,1% về giá trị so với cùng kỳ 2020.

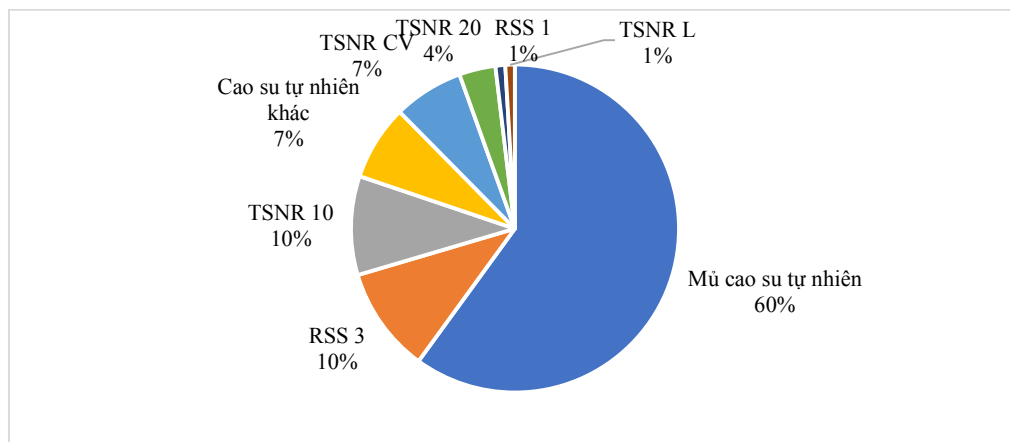
Hình 11: Khối lượng và giá trị xuất khẩu cao su tự nhiên sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 01/2021, mũ cao su tự nhiên là chủng loại cao su tự nhiên có giá trị xuất khẩu lớn nhất sang thị trường Trung Quốc đạt 12,3 triệu USD, chiếm 60,0% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là tấm cao su xông khói RSS 3 với kim ngạch 2,1 triệu USD, chiếm 10,4% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là cao su đã định chuẩn kỹ thuật TSNR 10 và TSNR CV, chiếm lần lượt 9,7% và 6,9% tổng giá trị xuất khẩu sang Trung Quốc.

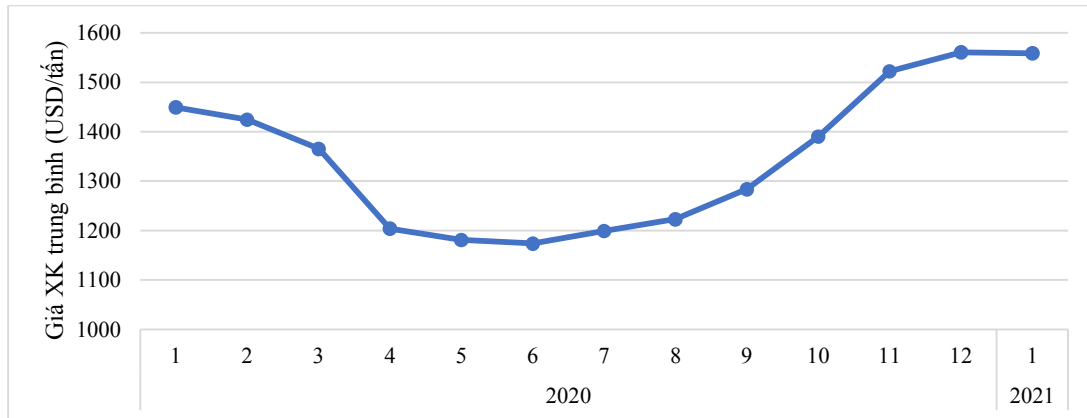
Hình 12: Chủng loại cao su tự nhiên (mã HS 4001) xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc theo kim ngạch tháng 01/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Giá cao su xuất khẩu trung bình sang thị trường Trung Quốc khá ổn định vào thời điểm đầu năm đạt mức 1.559 USD/tấn trong tháng 1/2021 giảm nhẹ 0,1% so với tháng trước, tăng 7,6% so với cùng kỳ 2020.

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



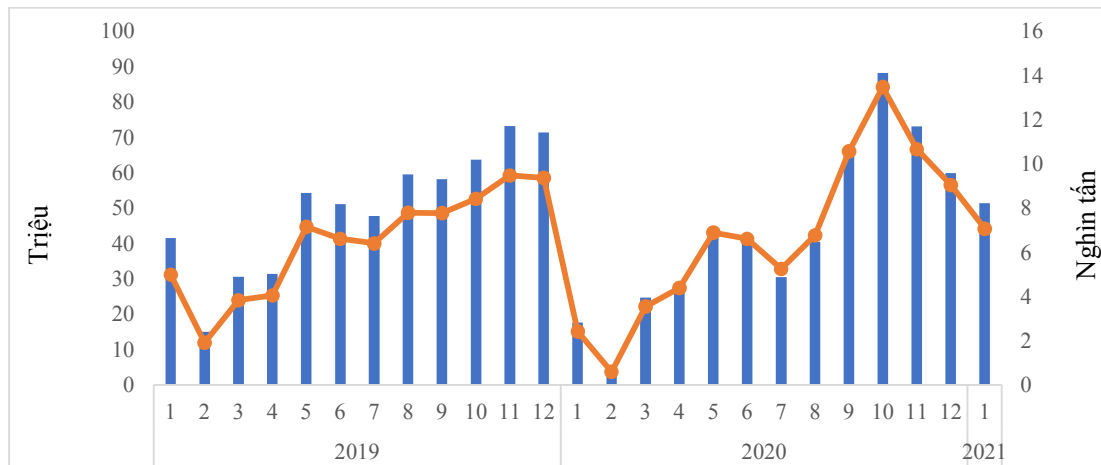
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 01/2021, top 3 công ty xuất khẩu cao su sang thị trường Hoa Kỳ là Công ty TNHH Vạn Lợi, Công ty TNHH Cửu Lâm và Công ty Cổ phần Đầu tư Cao su Việt Nam. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt 23,8%, 12,2% và 9,1% tổng kim ngạch cao su xuất khẩu sang thị trường Hoa Kỳ trong tháng 01/2021.

6. HẠT ĐIỀU

Theo Tổng cục Hải quan, trong tháng 1/2021, Việt Nam xuất khẩu điều sang thị trường Trung Quốc đạt 7,07 nghìn tấn, trị giá 51,35 triệu USD, giảm 21,9% về khối lượng và 14,4% về giá trị so với tháng 12/2020, và tăng 191,3% về khối lượng và 190,1% về giá trị so với cùng kỳ năm 2020.

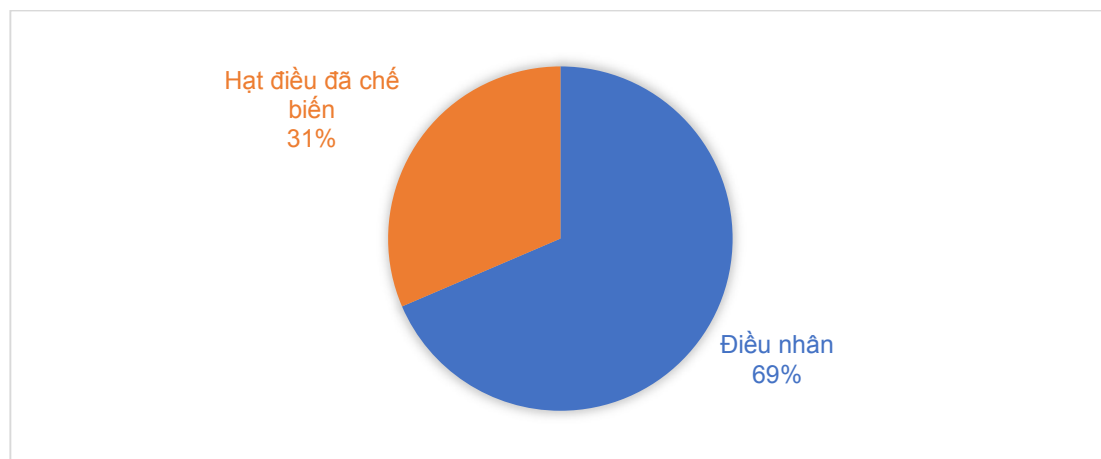
Hình 14: Khối lượng và giá trị xuất khẩu điều sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

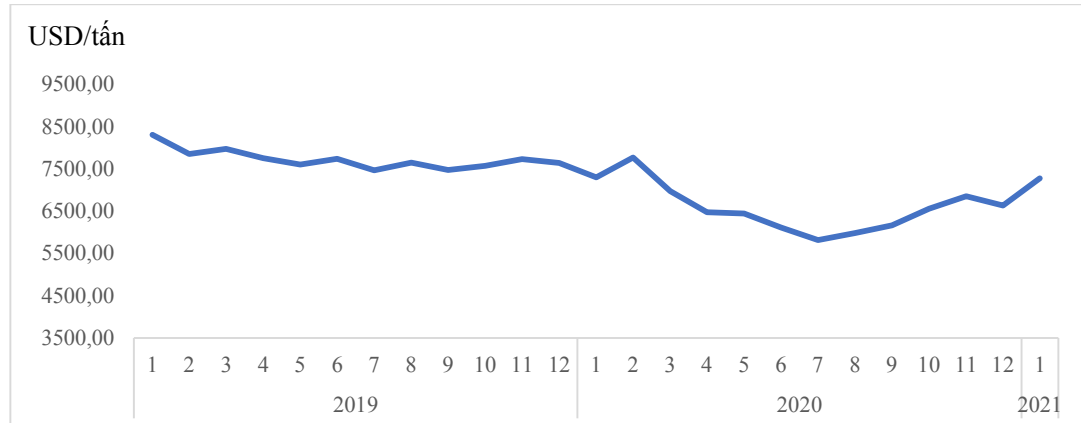
Trong tháng 1/2021, điều nhân xuất khẩu sang thị trường này đạt 35,21 triệu USD chiếm 68,75%. Tiếp đến là hạt điều đã chế biến đạt 16,14 triệu USD chiếm 31,43%.

Hình 15: Cơ cấu hạt điều xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc tháng 1/2021



Nguồn: Tính toán từ số liệu Hải quan

Giá xuất khẩu điều nhân trung bình sang thị trường Trung đang có xu hướng tăng trở lại. Cụ thể, giá xuất khẩu điều bình quân sang thị trường này tháng 1/2021 đạt 7,3 nghìn USD/tấn tăng 9,7% so với tháng trước nhưng giảm 0,4% so với cùng kỳ năm trước.

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

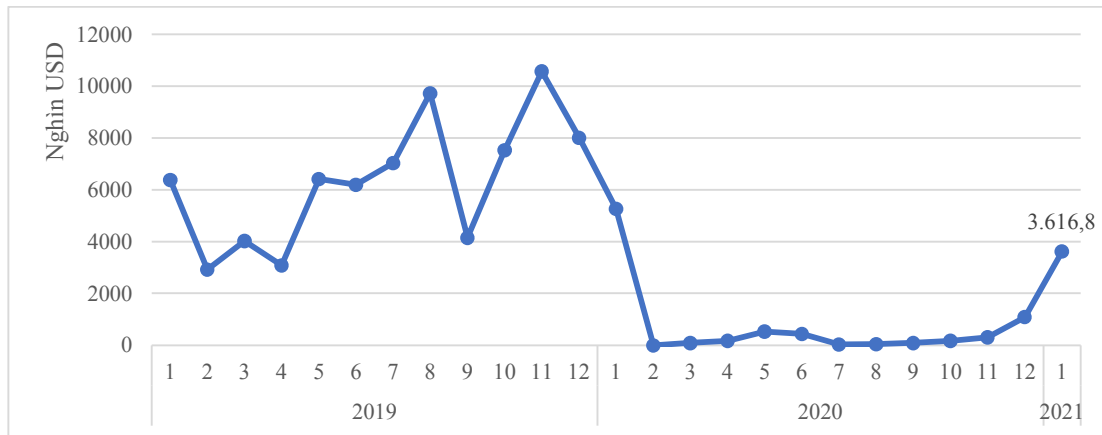
Nguồn: Tổng cục Hải quan

Tháng 1/2021, 3 công ty xuất khẩu điều lớn nhất sang thị trường này bao gồm: Công ty TNHH MTV xuất nhập khẩu GOLDEN SUN đạt 9,25 triệu USD, chiếm 18,1%; Công ty cổ phần Hoàng Sơn I đạt 4,5 triệu USD, chiếm 8,76% và Công ty TNHH Thảo Nguyên đạt 3,49 triệu USD, chiếm 6,80%.

7. THỊT VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ THỊT

Tình hình xuất khẩu thịt và sản phẩm trong tháng 1/2021 của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc đã có sự tăng trưởng mạnh so với tháng 12/2020, đạt 3,32 triệu USD, chiếm 32,7% tổng giá trị xuất khẩu thịt trong tháng 1 của Việt Nam, tăng 234,5% so với tháng trước. Tuy nhiên, xuất khẩu thịt của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc vẫn chưa phục hồi cho với cùng kỳ, giảm 31,4% so với cùng kỳ tháng 1/2020.

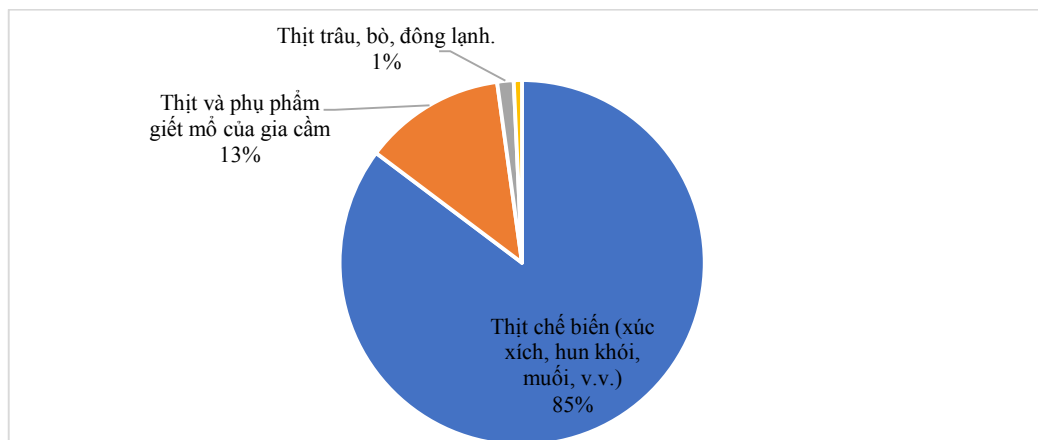
Hình 17: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng đầu tiên của năm 2021, cơ cấu sản phẩm chăn nuôi của Việt Nam xuất sang Trung Quốc vẫn chủ yếu gồm các sản phẩm chế biến từ thịt (thịt trâu sấy khô, ...) chiếm 85% giá trị xuất khẩu nhóm sản phẩm thịt, tương đương 3,08 triệu USD; tiếp chân gà đạt 454 nghìn USD, chiếm 12,6%; ngoài ra là một số sản phẩm thịt gia súc đông lạnh, chỉ chiếm dưới 1%.

Hình 18: Cơ cấu các loại thịt và sản phẩm chăn nuôi xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Hoạt động xuất khẩu sản phẩm thịt sang thị trường Trung Quốc trong tháng 1/2021, ghi nhận chỉ có 8 doanh nghiệp của Việt Nam tham gia xuất khẩu, trong đó 3 doanh nghiệp có giá trị xuất khẩu cao nhất là công ty TNHH Sản xuất Xuất nhập khẩu ABP Việt Nam (42,7%); Công ty TNHH Đầu tư thương mại Hương Trường Giang (40,4%) và Công ty Cổ phần Hoàng Thái (7,4%)

Về nhập khẩu, tổng giá trị nhập khẩu các sản phẩm thịt từ thị trường Trung Quốc của Việt Nam trong tháng 1/2021 đạt 941,6 nghìn USD, tăng 64,1% so với cùng kỳ năm 2020. Sản phẩm nhập khẩu chủ yếu là ba ba sống (chiếm 99,92%).

8. THỦY SẢN

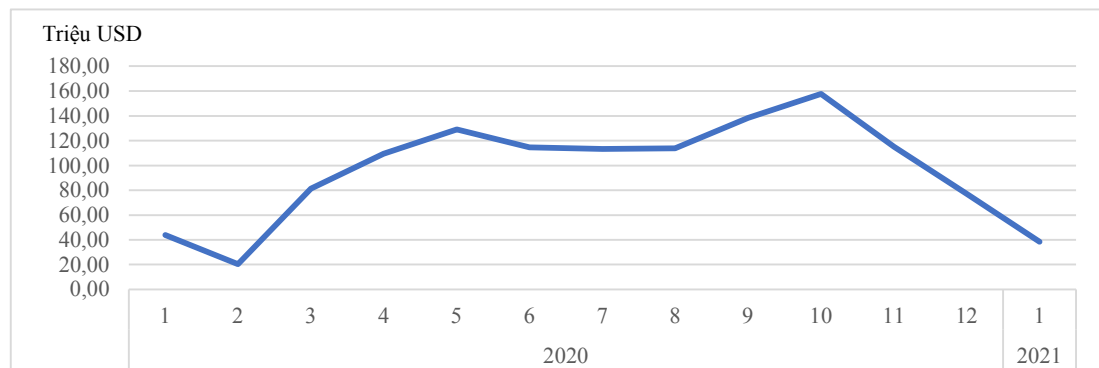
Năm 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid và thủ tục nhập khẩu khó khăn, giá trị nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc đã giảm 20% xuống còn 12,7 tỷ USD, sau 2 năm liên tục tăng trưởng 2 con số và đạt 15,6 tỷ USD năm 2019. Theo CAPPMA ước tính khối lượng thủy sản nhập khẩu vào Trung Quốc năm 2020 đạt 5,5 triệu tấn, tương đương với năm 2018, nhưng thấp hơn nhiều so với mức 6,2 triệu tấn năm 2019. Sau sự việc phát hiện dấu vết virus corona trên bao bì thủy sản nhập khẩu từ tháng 7/2020, nhu cầu thủy sản tại thị trường này giảm mạnh trong nửa cuối năm. Các cơ quan quản lý Trung Quốc bắt đầu kiểm tra chặt chẽ sau khi phát hiện Covid-19 tại kho lạnh chứa thực phẩm đông lạnh nhập khẩu.

Trong những tháng đầu năm 2021, các nhà nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc đều thận trọng hơn do việc thông quan tại các cửa khẩu trì trệ, sản phẩm phải qua công đoạn xử lý virus khi đến cảng nên bị mất thời gian ở cảng, chi phí hậu cần tăng lên. Các vấn đề trên dẫn đến việc sản lượng thủy sản nhập khẩu vẫn tiếp tục có xu hướng giảm.

Tháng 12/2020, xuất khẩu tôm của Ê-cu-a-đo đạt 43 nghìn tấn, trị giá 220 triệu USD, giảm 10% về lượng và giảm 20% về trị giá so với tháng 12/2019. Xuất khẩu tôm của Ê-cu-a-đo tháng 12/2020 giảm khi xuất khẩu sang Trung Quốc giảm 36% so với tháng 12/2019, xuống còn 17,5 nghìn tấn. Tính chung cả năm 2020, xuất khẩu tôm của Ê-cu-a-đo đạt 676 nghìn tấn, tăng 7% so với năm 2019.

Theo Tổng cục Hải quan, xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc tháng đầu năm đạt 38,42 triệu USD, giảm 12,6% so với cùng kỳ năm trước và giảm 50,2% so với tháng 12/2020. Trung Quốc là thị trường xuất khẩu thủy sản lớn thứ 4 của Việt Nam sau Nhật Bản, Hoa Kỳ, EU và Hàn Quốc và chiếm 6,29% tổng giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong tháng 1/2021. Tôm và Cua, ghẹ là 2 mặt hàng xuất khẩu chính: tôm chiếm 33,09%; Cua, ghẹ chiếm 8,24%.

Hình 19: Giá trị xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc

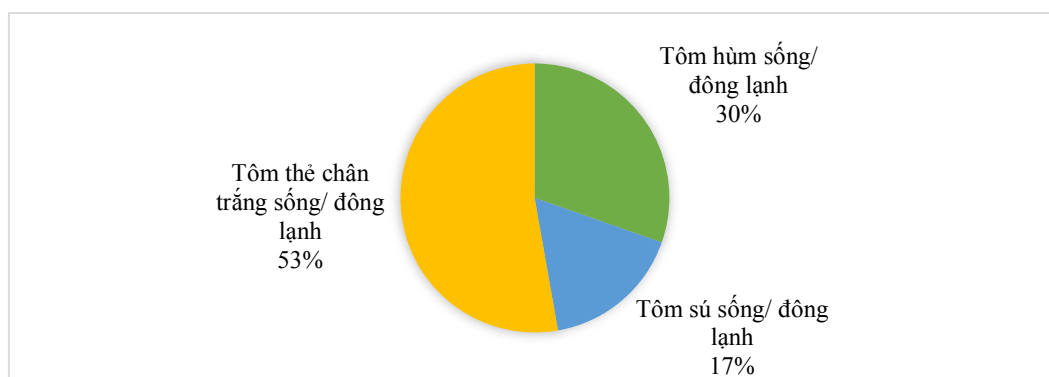


Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đối với mặt hàng tôm, giá trị xuất khẩu tôm tháng 1 năm 2021 đạt 12,71 triệu USD, giảm 40,6% so với cùng kỳ năm 2019, giảm 39% so với tháng 12/2020. Giá trị xuất khẩu

tôm tiếp tục có xu hướng giảm trong tháng này. Cụ thể, so với tháng 12/2020 giá trị xuất khẩu tôm thẻ chân trắng sống/đông lạnh đạt 6,03 triệu USD giảm 41,9%; tôm sú sống/đông lạnh đạt 2,02 triệu USD, giảm 69,2%; tôm hùm sống/đông lạnh đạt 3,63 triệu USD tăng 115,5%. So với cùng kỳ năm 2019, các loại sản phẩm này đều có xu hướng giảm mạnh lần lượt là 49,6%, 15,9% và 21,2%.

Hình 20: Cơ cấu xuất khẩu Tôm sang thị trường Trung Quốc tháng 1/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Đối với mặt hàng cá da trơn, giá trị xuất khẩu tháng 1/2021 đạt 8,59 triệu USD, giảm 64,3% so với tháng 12/2020 và giảm 35% 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 4,64 triệu USD, giảm 59,9% so với năm trước; cá tra sống/đông lạnh trừ phi lê đạt 3,95 triệu USD tăng 138%, tuy nhiên giảm 16,3% so với tháng trước.

Một số mặt hàng thủy sản khác xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc như sau: Cá ngừ đạt 0,34 triệu USD, tăng 46,4% so với cùng kỳ năm 2020; Cá rô phi đạt 0,33 triệu USD, tăng 42,7%; Mực và bạch tuộc đạt 2,39 triệu USD, tăng 280%; Cua, ghẹ đạt 3,17 triệu USD, giảm 36,8%.

Về giá bình quân xuất khẩu một số mặt hàng thủy sản sang thị trường này tháng 1/2021 như sau: cá da trơn đạt 1,71 USD/kg, giảm 0,2% so với cùng kỳ năm trước và giảm 2,7% so với tháng 12/2020. Tôm đạt 10,79 USD/kg giảm 2,1% so với cùng kỳ năm 2020 và tăng 13,4% so với tháng 12/2020. Cụ thể:

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

TT	Sản phẩm	Giá (USD)	So năm trước (%)	So tháng trước (%)
1	Cá da trơn	1,71	-0,2%	-2,7%
2	Cá rô phi	1,79	-6,5%	0,1%
3	Cua, ghẹ	6,86	-23,1%	-6,2%
4	Mực và bạch tuộc	3,05	-29,8%	-19,9%
5	Tôm	10,79	-2,1%	13,4%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

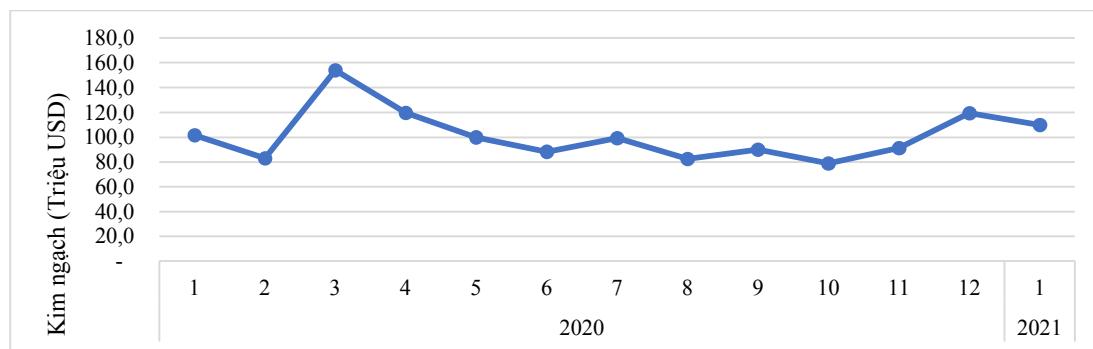
Tháng 1 năm 2021, Top 3 công ty xuất khẩu nhiều sang thị trường Trung Quốc là Công Ty TNHH Một Thành Viên Sản Xuất Thương Mại Anh Nhân đạt 3,94 triệu USD, chiếm 10,26% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang thị trường này; Công ty cổ phần chế biến và xuất nhập khẩu thủy sản CADOVIMEX II và đạt 2,56 triệu USD chiếm 6,66%; Công ty TNHH gia công chế biến thực phẩm nông hải sản Tường Hữu đạt 2,11 triệu USD chiếm 5,50%.

9. GỖ VÀ CÁC SẢN PHẨM TỪ GỖ

Theo Bộ Thương mại Trung Quốc, Hiệp định thương mại FTA giữa Trung Quốc và New Zealand đã được bổ sung một số điều khoản mới. Trong đó, các sản phẩm gỗ và giấy từ New Zealand sẽ được miễn thuế, điều này giúp mở rộng khả năng tiếp cận nguyên liệu thô của Trung Quốc, duy trì được nguồn tài nguyên gỗ nội địa, thúc đẩy chuyển đổi và nâng cấp các ngành công nghiệp nội địa có liên quan.

Theo Tổng cục Hải quan, tháng 01/2021, kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Trung Quốc ước đạt 109,9 triệu USD, giảm 7,8% so với tháng 12/2020 và tăng 8,1% so với cùng kỳ năm trước.

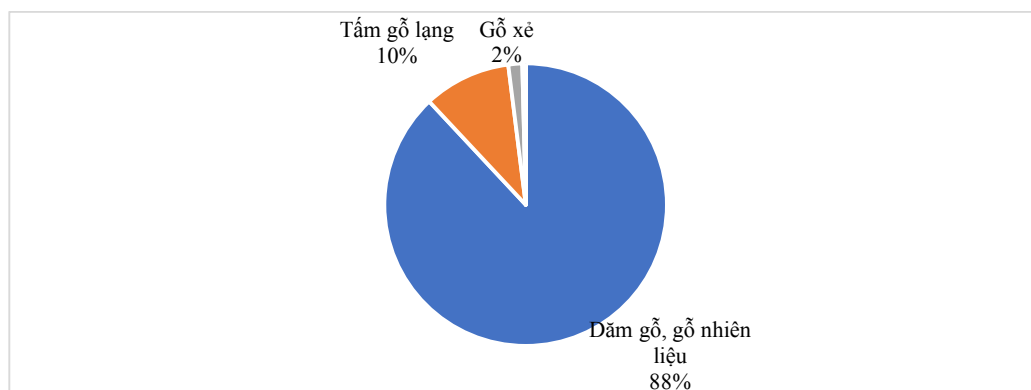
Hình 21: Kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ sang thị trường Trung Quốc



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 01/2021, 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 89,2 triệu USD, chiếm 88,0% tổng giá trị xuất khẩu. Đứng thứ hai là tấm gỗ lạng với kim ngạch 10,1 triệu USD, chiếm 10,0% tổng giá trị xuất khẩu. Tiếp theo là gỗ xẻ và gỗ ván, chiếm lần lượt 1,6% và 0,2% tổng giá trị xuất khẩu sang Trung Quốc.

Hình 22: Chủng loại gỗ và sản phẩm gỗ (mã HS 44) xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc theo kim ngạch tháng 01/2021



Nguồn: Tổng cục Hải quan

Trong tháng 01/2021, top 3 công ty xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc là Công ty TNHH Hào Hưng, Công ty Sản xuất và Thương mại Vạn Lý và Công ty TNHH Thanh Thành Đạt. Ba công ty này chiếm tỷ trọng lần lượt là 22,4%, 14,1% và 9,6% tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ thuộc nhóm mã HS 44 sang thị trường Trung Quốc trong tháng 01/2021.

NHẬN ĐỊNH VÀ ĐÁNH GIÁ

1. Gạo

Trong tháng 01/2021, việc xuất khẩu gạo nếp sang Trung Quốc đã tăng trưởng rất mạnh, nguyên nhân chính là do quốc gia này đẩy mạnh thương mại trước dịp Tết Nguyên đán. Tuy nhiên trong tháng 02/2021, do dịp Tết Nguyên đán diễn ra tại cả Việt Nam lẫn Trung Quốc nên hoạt động xuất nhập khẩu giữa hai quốc gia có sự trì hoãn nhẹ.

Hiện nay Trung Quốc đang mở rộng đối tác nhập khẩu gạo sang thị trường Ấn Độ. Trong khoảng đầu tháng 02/2021, Trung Quốc cụ thể là thành phố Thâm Quyển thuộc tỉnh Quảng Đông và thành phố Hạ Môn thuộc tỉnh Phúc Kiến) đã tăng cường nhập khẩu gạo của Ấn Độ từ bang Telangana. Loại gạo xuất khẩu chính là gạo tấm dùng để làm mỳ, bột gạo và thức ăn gia súc. Các thương nhân Ấn Độ cho biết Trung Quốc đang có kế hoạch nhập khẩu khoảng 1 triệu tấn gạo, bao gồm cả gạo tấm và gạo hạt dài thông thường từ Ấn Độ trong năm 2021. Trong đó, 30% ước tính sẽ được xuất khẩu từ bang Telangana.

2. Rau quả

Diễn biến dịch Covid-19 khó lường đã ảnh hưởng không nhỏ tới hoạt động xuất khẩu rau quả của Việt Nam, đặc biệt là khó khăn về việc thay đổi thị hiếu do thay đổi thói quen và thủ tục nhập khẩu siết chặt do dịch bệnh. Do đó, doanh nghiệp xuất khẩu rau quả cần tăng cường giám sát chất lượng hàng hoá, tránh vi phạm quy định của thị trường Trung Quốc về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, kiểm nghiệm kiểm dịch, an toàn thực phẩm để quá trình thông quan không bị ảnh hưởng.

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.

4. Cao su

Nhu cầu nhập khẩu cao su của Trung Quốc có nguy cơ sụt giảm do những tác động của dịch COVID-19. Ngoài ra, Trung Quốc đã tích trữ một lượng lớn cao su trong những tháng cuối năm 2020, có thể sẽ làm giảm nhu cầu nhập khẩu cao su trong những tháng tới.

5. Hạt điều

Xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc vẫn đang tiếp tục đà giảm do tác động lớn bởi dịch Covid và do nhu cầu tiêu thụ giảm sút. Doanh nghiệp cần có những chiến

lược xuất khẩu phù hợp để hạn chế sự ảnh hưởng tiêu cực do chưa kiểm soát được dịch Covid.

6. Thủy sản

Xuất khẩu thủy sản sang thị trường Trung Quốc vẫn chưa có dấu hiệu khả quan trong những tháng đầu năm do tình hình dịch bệnh và các việc kiểm tra chặt chẽ của các cơ quan hải quan Trung Quốc đối với sản phẩm thủy sản. Tuy nhiên, doanh số bán lẻ và bán online thủy sản nhập khẩu vẫn ổn định do nhu cầu nấu ăn ở nhà tăng lên, do vậy nhu cầu nhập khẩu tôm và cá tra tăng lên. Các nhà xuất khẩu cần chú ý vấn đề này để có kế hoạch xuất khẩu phù hợp.

7. Gỗ và các sản phẩm từ gỗ

Gần đây, Trung Quốc đã phát hành 172 tiêu chuẩn quốc gia về gỗ công nghiệp, trong đó, bao gồm 5 tiêu chuẩn bằng tiếng Anh. Một tiêu chuẩn về đánh giá sản phẩm xanh với mục tiêu thúc đẩy chuyển đổi và nâng cấp ngành công nghiệp gỗ trong nước và phát triển xanh, bền vững. Bốn tiêu chuẩn còn lại là các tiêu chuẩn về gỗ công nghiệp và sản phẩm gỗ đặc sẽ đóng một vai trò quan trọng trong việc quản lý sản xuất và kinh doanh gỗ và sản phẩm gỗ đặc và định hướng sự phát triển của các doanh nghiệp nội địa. Theo đó, các doanh nghiệp gỗ và sản phẩm gỗ Việt Nam cần chú ý bám sát các tiêu chuẩn này để có những điều chỉnh phù hợp.

8. Sản và sản phẩm sản

Với sự hồi phục của ngành chăn nuôi lợn Trung Quốc sau khi bị dịch tả lợn Châu Phi, trong khi nguồn cung ngô ở Mỹ và Nam Mỹ gặp khó do thời tiết bất lợi, dự báo xuất khẩu sản của nước ta trong thời gian tới sẽ tiếp tục duy trì cao.

PHỤ LỤC

Bảng 2: Xuất khẩu NLTS của Việt Nam sang Trung Quốc tháng 1/2021

STT	Sản phẩm	Tháng 1/2021 (USD)	Tăng/giảm so T12/2020	Tăng/giảm so T1/2021	Tỷ trọng T1/2021 (%)
1	Cà phê	13.033.962	-12,2%	238,5%	1,6%
2	Cao su	222.051.352	-19,5%	130,1%	26,6%
3	Chè	1.782.475	32,2%	560,7%	0,2%
4	Gạo	30.134.003	-3,9%	179,6%	3,6%
5	Gỗ và SP Gỗ	109.862.131	-7,8%	8,1%	13,2%
6	Rau quả	182.923.385	24,4%	5,4%	21,9%
7	Hàng thủy sản	38.418.412	-50,2%	-12,6%	4,6%
8	Hạt điều	51.345.825	-14,4%	190,1%	6,2%
9	Mây tre đan	650.390	-32,6%	31,7%	0,1%
10	SP từ cao su	6.786.149	-45,9%	47,4%	0,8%
11	Sắn &SP sắn	166.562.284	21,6%	146,5%	20,0%
12	TĂGS &NL	6.488.039	-71,6%	30,9%	0,8%
13	Thịt &SP Thịt	3.616.789	234,5%	-31,4%	0,4%
Tổng XK NLTS		833.655.196	-7,5%	57,0%	100,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 3: Giá trị xuất khẩu một số mặt hàng gạo sang Trung Quốc tháng 1/2021

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 nếp	16.812	10.264.140	55.919	29.075.657	232,6%	183,3%
2.	Các loại gạo khác	1.547	512.321	1.930	1.058.346	24,8%	106,6%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 4: Giá trị xuất khẩu một số loại cà phê chính sang Trung Quốc tháng 1/2021

Mặt hàng	T1/2020 (USD)	T1/2021 (USD)	So sánh T1/2020 và T1/2021
Đã rang, đã khử caffein	-	9.939,35	-
Đã rang, chưa khử caffein	135.266	117.889	-12,85%
Chưa rang, chưa khử cafein	1.607.956	9.882.036	514,57%
Chiết xuất, tinh chất, cô đặc và chế phẩm	2.107.273	3.024.098	43,51%
Tổng	3.850.495	13.033.962	238,50%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 5: Giá trị xuất khẩu một số loại rau quả chính sang Trung Quốc tháng 1/2021

TT	Sản phẩm	T1/2020 (USD)	T1/2021 (USD)	So sánh T1.2021/T1.2020
1	Thanh long	95.858.950	110.902.626	15,7%
2	Mít	9.020.797	23.368.665	159,1%
3	Xoài	19.006.869	13.662.026	-28,1%
4	Chuối	10.435.670	9.991.227	-4,3%
5	Dưa hấu	8.529.463	7.844.686	-8,0%
6	Nhãn	12.218.609	3.701.658	-69,7%
7	Dừa	2.272.731	2.735.289	20,4%
8	Chanh	561.153	1.124.139	100,3%
9	Chôm chôm	2.677.138	241.727	-91,0%
10	Sầu riêng	978.941		-100,0%
11	Mãng cụt	-	5.554	
12	Vải	-	2.695	
13	Khác	12.009.930	9.343.094	-22,2%
	Tổng giá trị XK	173.570.251	182.923.385	5,4%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 6: Giá trị xuất khẩu thịt và sản phẩm từ thịt sang Trung Quốc tháng 1/2021

TT	Sản phẩm	T1/2020 (USD)	T1/2021 (USD)	So sánh T1.2021/ T1.2020
1	Thịt trâu, bò, đông lạnh.	55.145,8	53.200,0	-4%
2	Thịt lợn, tươi, ướp lạnh hoặc đông lạnh.		26.000,0	
3	Thịt và phụ phẩm giết mổ của gia cầm	1.546.297,5	454.056,0	-71%
4	Thịt chế biến (xúc xích, hun khói, muối, v.v.)	3.668.293,7	3.083.532,7	-16%
	Tổng	5.269.737,0	3.616.788,7	-31%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 7: Xuất khẩu sản phẩm thủy sản sang thị trường Trung Quốc tháng 1/2021

Loại sản phẩm	Tháng 1/2020 (USD)	Tháng 1/2021 (Tr. USD)	So sánh 2021/20 (%)
Cá da trơn	13,23	8,59	-35,0%
Cá ngừ	0,23	0,34	46,4%
Cá rô phi	0,23	0,33	42,7%
Cua, ghe	5,01	3,17	-36,8%
Mực và bạch tuộc	0,63	2,39	280,0%
Tôm	21,39	12,71	-40,6%
Thủy sản khác	3,24	10,89	236,3%
Tổng giá trị xuất khẩu	43,95	38,42	-12,6%

Nguồn: Tổng cục Hải quan

Bảng 8: Cơ cấu sản và sản phẩm sản xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc trong tháng 1/2021

TT	Sản phẩm	Giá trị (USD)	Cơ cấu (%)
1	Tinh bột sắn	129.085.770	77,5%
2	Sắn lát, đông lạnh	37.476.513	22,5%
	Tổng giá trị xuất khẩu	166.562.284	100,0%

Nguồn: Tổng cục Hải quan