

**BỘ CÔNG THƯƠNG**

-----

**CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM****Độc lập - Tự do - Hạnh phúc**

-----

**Số: 5380/BCT-XTTM***V/v khôi phục chuỗi cung ứng xuất khẩu và đẩy mạnh xúc tiến xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sau COVID-19**Hà Nội, ngày 01 tháng 9 năm 2021***Kính gửi: Thủ tướng Chính phủ**

Thời gian qua, kinh tế thế giới và Việt Nam gặp nhiều khó khăn, thách thức do tác động của đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, với sự nỗ lực vượt bậc của các doanh nghiệp, hiệp hội ngành hàng trong việc khắc phục khó khăn để duy trì sản xuất, linh hoạt tìm kiếm, mở rộng thị trường kết hợp với sự chỉ đạo quyết liệt, kịp thời của Chính phủ, sự vào cuộc của các Bộ, ngành, chính quyền địa phương, hoạt động xuất khẩu của nước ta vẫn đạt kết quả tích cực:

Trong 8 tháng đầu năm, kim ngạch xuất khẩu nông sản, lâm sản đạt 15,4 tỷ USD, tăng 14,9%, thủy sản đạt 5,58 tỷ USD, tăng 7,1% so với cùng kỳ, cao hơn so với nhiều nước trong khu vực và trên thế giới. Công tác phát triển thị trường đạt kết quả tích cực, nhiều mặt hàng xuất khẩu chủ lực (thủy sản, gạo, rau quả, cà phê) đã thâm nhập được vào các thị trường lớn với mức tăng trưởng tích cực nhờ tận dụng cơ hội từ các FTA và sự hồi phục của các nền kinh tế lớn sau đại dịch Covid-19.

Theo công bố mới nhất về dự báo thương mại hàng hóa toàn cầu ngày 18/8/2021 của Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO), nhờ sự phục hồi của các nền kinh tế lớn, chỉ số thương mại hàng hóa đã tăng lên mức 110,4 điểm, mức cao nhất kể từ khi chỉ số này được công bố lần đầu tiên vào tháng 7/2016 và tăng hơn 20 điểm so với cùng kỳ năm ngoái, giúp thương mại hàng hóa tăng 8% trong năm 2021 và dự kiến khoảng 4% trong năm 2022. Tổ chức Nông Lương (FAO) dự báo nhu cầu tiêu dùng nông sản trên thế giới tăng bình quân 1,5-3%/năm trong giai đoạn 2019-2028, mở ra nhiều cơ hội cho xuất khẩu nông, lâm, thủy sản của Việt Nam.

Mặc dù đạt được những kết quả tích cực trong 8 tháng đầu năm và đang đứng trước những triển vọng khả quan như trên đã trình bày nhưng do chịu tác động nghiêm trọng của dịch Covid-19, chuỗi cung ứng bị gián đoạn ở nhiều ngành hàng và địa phương, nhất là nhóm nông sản, lâm sản, thủy sản..., xuất khẩu của nước ta đang đối diện với rủi ro không có hàng để xuất khẩu, từ đó, không tận dụng được các cơ hội do phục hồi kinh tế và tiêu dùng thế giới đem lại.

Bộ Công Thương đã tổ chức rà soát, phân tích, đánh giá dung lượng thị trường tiềm năng đối với 9 nhóm/mặt hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam, trên 14 khu vực/thị trường xuất khẩu trọng điểm. Trong đó, đặc biệt quan tâm đến các khu vực thị trường là đối tác của Việt Nam trong các FTA (*xin xem Phụ lục kèm theo*). Những phân tích này dựa trên số liệu và phương pháp đánh giá tiềm năng xuất khẩu của ITC (Tổ chức hỗ trợ xúc tiến thương mại thuộc WTO), có lưu ý đến những tiêu chuẩn, quy định cụ thể của nước nhập khẩu về vệ sinh an toàn thực phẩm và các vấn đề khác.

Để giúp các doanh nghiệp tận dụng cơ hội trên thị trường xuất khẩu, khắc phục những ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch Covid-19 và góp phần hồi phục kinh tế, Bộ Công Thương kiến nghị Thủ tướng Chính phủ một số nội dung sau:

- Chỉ đạo UBND các tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương căn cứ những phân tích, đánh

giá về tiềm năng, triển vọng thị trường xuất khẩu của Bộ Công Thương, giao nhiệm vụ cho các Sở/Ban/Ngành hướng dẫn, hỗ trợ doanh nghiệp trên địa bàn khẩn trương tổ chức lại sản xuất, khôi phục chuỗi cung ứng xuất khẩu trên địa bàn để khai thác cơ hội thị trường xuất khẩu thời gian tới; khẩn trương xây dựng và triển khai thực hiện (từ cuối năm 2021) Kế hoạch Xúc tiến xuất khẩu giai đoạn sau Covid-19 để đảm bảo thể chủ động. Trong đó, đặc biệt ưu tiên nhóm nông sản, lâm sản và thủy sản.

- Giao Bộ Công thương làm đầu mối phối hợp với các Bộ, ngành có liên quan hướng dẫn xây dựng, hỗ trợ triển khai có hiệu quả Kế hoạch Xúc tiến xuất khẩu giai đoạn sau Covid-19 của các tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương.

- Giao Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và các Bộ, ngành liên quan phối hợp với Bộ Công Thương trong việc hỗ trợ các địa phương, doanh nghiệp nhanh chóng khôi phục chuỗi cung ứng xuất khẩu nông sản, lâm sản, thủy sản và thực hiện có hiệu quả Kế hoạch Xúc tiến xuất khẩu giai đoạn sau Covid-19.

Bộ Công Thương kính báo cáo Thủ tướng Chính phủ xem xét, chỉ đạo./.

**BỘ TRƯỞNG**

***Nơi nhận:***

- Như trên;
- Các Bộ: NN&PTNT, NG, KH&ĐT, TC (để ph/h);
- UBND các tỉnh/thành phố trực thuộc trung ương;
- Các đ/c Thứ trưởng (để biết);
- SCT các tỉnh/thành phố;
- Các Vụ, Cục: AP, AM, XNK;
- Lưu: VT, XTTM.

**Nguyễn Hồng Diên**

## PHỤ LỤC

### TIỀM NĂNG KHAI THÁC THỊ TRƯỜNG XUẤT KHẨU HẬU COVID-19 ĐỐI VỚI MỘT SỐ NGÀNH HÀNG NÔNG, LÂM, THỦY SẢN CHỦ LỰC CỦA VIỆT NAM

(Kèm theo Công văn số 5380/BCT-XTTM ngày 01 tháng 9 năm 2021)

Theo số liệu thống kê của ITC-WTO và phương pháp đo lường tiềm năng thị trường của ITC, Bộ Công Thương xác định tiềm năng xuất khẩu của một số nhóm nông sản xuất khẩu chủ lực của Việt Nam vào các khu vực thị trường cần tập trung khai thác, đặc biệt là các thị trường có FTA thời gian tới như sau:

#### 1. Thủy sản

##### 1.1. Hoa Kỳ

- Tổng nhu cầu nhập khẩu của Hoa Kỳ năm 2020 là 2,9 triệu tấn thủy, hải sản, trị giá 23,6 tỷ USD, tăng 3% về lượng so với năm 2019, chiếm 14,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 1.625 triệu USD, chiếm 6,9% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ. Đây là thị trường có mức tăng trưởng bình quân khoảng 3% những năm gần đây. Như vậy, về lý thuyết, dung lượng thị trường Việt Nam còn khai thác được là khoảng 90% kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ đối với ngành hàng này trong tương lai. Thị trường Hoa Kỳ sẽ tiếp tục ghi nhận tăng trưởng xuất khẩu thủy sản, đặc biệt là tôm khi nguồn cung từ Ấn Độ gặp khó về sản xuất do dịch bệnh. Hoa Kỳ cũng đang tăng nhập khẩu cá tra từ Việt Nam.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Hoa Kỳ gồm: Tôm shrimp và tôm prawn đông lạnh (HS: 030617, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 78%); Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 45%); Tôm shrimp và tôm prawn: đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160521, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 61%); Cửa, ghẹ đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160510 trừ loại xông khói - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 45%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu đối với hàng thực phẩm, thủy sản, cà phê, hạt điều, hồ tiêu...:

+ Đăng ký chứng nhận FDA: bất cứ nhà xuất khẩu nào nếu muốn đưa sản phẩm (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm) của mình vào Hoa Kỳ đều phải tuân thủ những quy định của Cục FDA và có được giấy chứng nhận FDA. Doanh nghiệp phải đăng ký với FDA để được cấp mã số cơ sở thực phẩm FFR. Ngoài ra, cứ hai năm một lần, nghĩa là vào các năm chẵn các doanh nghiệp nước ngoài trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam đang xuất hàng thực phẩm và đồ uống cho người và động vật vào thị trường Mỹ lại phải đăng ký lại Cơ sở sản xuất và Người đại diện tại Mỹ với Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp Mã số kinh doanh hợp lệ mới.

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Tuân thủ Chương trình ghi nhãn nước xuất xứ, chương trình giám sát thủy sản nhập khẩu và mức giới hạn dư lượng tối đa cho phép về hóa chất trong thủy sản.

+ Chương trình giám sát thủy sản nhập khẩu vào Hoa Kỳ (SIMP): dành cho một số sản phẩm thủy sản nhất định, nêu rõ các yêu cầu về truy xuất nguồn gốc sản phẩm thủy sản bao gồm: các yêu cầu báo cáo và lưu trữ dữ liệu, hồ sơ cần thiết nhằm truy lại và ngăn chặn việc khai thác bất hợp pháp, không khai báo và không theo quy định, mô tả sai lệch về sản phẩm nhập vào thị trường Hoa Kỳ. Dữ liệu được thu thập, lưu trữ sẽ cho phép truy xuất được từ điểm nhập cảnh vào Hoa Kỳ quay lại điểm được khai thác hoặc sản xuất để kiểm chứng xem chúng có được khai thác hay sản xuất hợp pháp không. Ghi chép của nhà nhập khẩu sẽ được yêu cầu lưu trữ về chuỗi hành trình sản phẩm thủy sản hoặc sản phẩm từ thủy sản từ điểm khai thác đến điểm nhập cảnh vào Hoa Kỳ.

- Lưu ý khác: Nhu cầu tiêu thụ thủy sản tại thị trường Hoa Kỳ những tháng cuối năm 2021 vẫn giữ được nhịp tăng trưởng tốt do quốc gia này đang mở cửa trở lại mạnh mẽ khi quản lý tốt được dịch bệnh. Mặt hàng thủy sản của Việt Nam được dự báo tăng trưởng tốt ở thị trường này là cá tra và tôm. Nhu cầu tôm của Hoa Kỳ từ Việt Nam khá ổn định kể từ khi đại dịch Covid-19 bùng phát. Tôm Việt Nam trên thị trường Hoa Kỳ ngày càng cạnh tranh tốt hơn khi Ấn Độ (nguồn cung tôm lớn nhất của Hoa Kỳ) gặp nhiều rào cản do dịch bệnh Covid-19 gây ra.

## **1.2. Trung Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Trung Quốc năm 2020 là 12,72 tỷ USD, chiếm 7,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 1.178,3 triệu USD, chiếm 9,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Trung Quốc. Việt Nam đã xuất khẩu được 128 loại thủy sản và 48 loài thủy sản sang thị trường Trung Quốc.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Trung Quốc gồm: cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 35%); Cá tra phile tươi, ướp lạnh (HS: 030432 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 50%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Giấy phép nhập khẩu: Hàng hóa khi nhập khẩu vào Trung Quốc cần xin giấy phép nhập khẩu. Đơn đăng ký hoặc xin cấp phép nhập khẩu thường được gửi đến Bộ Thương mại hoặc các đơn vị địa phương có thẩm quyền.

+ Chứng thư/giấy chứng nhận kiểm dịch phải do cơ quan chủ quản kiểm dịch của Việt Nam cấp và được bên bán/xuất khẩu làm các thủ tục kiểm dịch trước khi ký hợp đồng/thỏa thuận thương mại với bên mua/bên nhập khẩu.

+ Tất cả các sản phẩm cá nuôi hoặc đánh bắt từ biển (từ hải sản ướp đá), đều phải lấy từ các công xưởng có đăng ký doanh nghiệp Việt Nam, khi khai báo hải quan phải xuất trình chứng thư về thủy sản do cơ quan chức năng Việt Nam cấp.

+ Giấy chứng nhận kiểm dịch do nước xuất khẩu cấp.

### 1.3. Nhật Bản

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản năm 2020 là 16,04 tỷ USD, chiếm 10% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 1.433,2 triệu USD, chiếm 8,9% tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Nhật Bản gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 85%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 23%); Tôm shrimp và tôm prawn đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160521 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 35%); Cá tra phile tươi, ướp lạnh (HS: 030432 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 66%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Quy định về an toàn thực phẩm: tuân thủ các mức dư lượng này theo Luật Vệ sinh Thực phẩm.

+ Trước khi hàng đến, các nhà xuất khẩu phải thông báo cho các trạm kiểm dịch tại địa điểm nhập khẩu biết thông qua hệ thống điện tử do Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội quản lý.

+ Chứng nhận Nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, SA 8000).

### 1.4. Hàn Quốc

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Hàn Quốc năm 2020 là 5,54 tỷ USD, chiếm 3,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 770,9 triệu USD, chiếm 13,9% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Hàn Quốc gồm: Bạch tuộc (đông lạnh, hun khói, đông lạnh, sấy khô, muối hoặc ngâm nước muối) (HS: 0307Xd - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 44%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 17%); Chả cá, cá nguyên con, đông lạnh (HS: 0303Xa - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 96%); Tôm shrimp và tôm prawn: đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160521 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 41%); Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 95%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

Với các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm, Hàn Quốc có luật vệ sinh an toàn thực phẩm. Hàng nhập khẩu phải đăng ký với Cơ quan quản lý thuốc và thực phẩm Hàn Quốc (KFDA). Cơ quan này có trách nhiệm xây dựng các tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các yêu cầu về nhãn mác, bao gói.

### 1.5. EU

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của EU năm 2020 là 56,16 tỷ USD, chiếm 34,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào EU năm 2020 là 925 triệu USD, chiếm 13,25% tổng kim ngạch nhập khẩu ngoại khối của EU. Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của EU bình quân khoảng 9,2 triệu tấn, tiêu thụ bình quân đạt 24,5kg/người, nguồn cung nội địa có dấu hiệu phục hồi nhưng vẫn phụ thuộc nhập khẩu.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang EU gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 75%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 56%); Tôm shrimp và tôm prawn: đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160521 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 38%); Cá tra phile tươi, ướp lạnh (HS: 030432 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 27%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định về an toàn thực phẩm:

Truy xuất nguồn gốc xuất xứ: Giấy chứng nhận HACCP cùng với việc áp dụng thực hành vệ sinh tốt (GHPs) và thực hành nông nghiệp tốt (GAPs). Đây là những tiêu chuẩn tự nguyện nhưng hiện nay đang được các nước EU áp dụng như tiêu chuẩn bắt buộc đối với các sản phẩm nhập khẩu.

+ Quy định kiểm dịch động thực vật: Giấy chứng nhận kiểm dịch thực phẩm của Cơ quan Giám định thực phẩm có thẩm quyền của nước sản xuất để đảm bảo không bị côn trùng và bệnh tật.

+ Quy định về chất lượng thương mại và nhãn mác: Phần lớn các quy định thông thường đều tập trung đến phẩm chất, kích thước, trọng lượng và ghi nhãn bao bì. Quy định ghi nhãn mác yêu cầu các thông tin như: Nước xuất xứ, tên sản phẩm, chủng loại và số lượng. Những yêu cầu liên quan đến chất lượng thương mại là chủng loại, màu sắc, thời hạn sử dụng, hư hỏng bên ngoài và hình dạng của sản phẩm.

+ Các quy định về hệ thống quản lý tại đơn vị sản xuất như chứng nhận ISO 14001, hệ thống kiểm toán và quản lý sinh thái (EMAS), chứng nhận SA8000 cũng là điều kiện cần thiết để xuất khẩu sang thị trường EU.

+ Ngoài ra, EU còn ngày càng quan tâm đến các tiêu chuẩn phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp điển hình như môi trường và lao động.

+ Sản phẩm hữu cơ: Riêng đối với nông sản xuất khẩu cần thêm chứng nhận về nông nghiệp hữu cơ đối với đơn hàng hữu cơ.

## **1.6. Liên bang Nga**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Liên bang Nga năm 2020 là 2,21 tỷ USD, chiếm 1,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Liên bang Nga năm 2020 là 135,8 triệu USD, chiếm 6,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Nga.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Liên bang Nga gồm: Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 74%); Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 41%); Chả cá, cá nguyên con, đông lạnh (HS: 0303Xa - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 71%).

- Lưu ý khác: trong Liên minh Kinh tế Á - Âu (gồm Nga, Belarus, Kazakhstan, Armenia, Kyrgyzstan), thương mại của Việt Nam chủ yếu với Liên bang Nga (chiếm gần 100% đối với các mặt hàng nông, thủy sản). Các mặt hàng nông sản, của Việt Nam là những mặt hàng người Nga ưa chuộng và cũng nằm trong nhóm các mặt hàng thiết yếu của người dân trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19.

Trong trường hợp hai bên tiếp tục nỗ lực tháo gỡ các vướng mắc, đẩy nhanh các quy trình kiểm tra cấp phép...; ký các thỏa thuận công nhận lẫn nhau, dự báo thương mại hàng nông sản giữa hai nước sẽ tăng khoảng 10% vào năm 2021 và sẽ tiếp tục có tăng trưởng tốt vào những năm tiếp theo (trong trường hợp sản xuất của Việt Nam được ổn định, chất lượng hàng hóa xuất khẩu được đảm bảo).

## **1.7. ASEAN**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của ASEAN năm 2020 là 8,4 tỷ USD, chiếm 5,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Trong đó, Việt Nam là nước xuất khẩu thủy sản đứng thứ 4 tại Singapore, chiếm 12% tổng nhập khẩu thủy sản của Singapore. Dự báo, các mặt hàng thủy sản của Việt Nam sẽ tiếp tục duy trì mức tăng trưởng ổn định trong năm 2021 với các mặt hàng cao cấp được quan tâm như tôm mũ ni, tôm càng xanh, tôm hùm, cá mú, thủy hải sản khô, thủy hải sản đóng hộp và các sản phẩm thủy hải sản chế biến. Ngoài ra, trong những năm gần đây, Việt Nam xuất khẩu thủy sản sang Thái Lan với kim ngạch đạt giá trị cao (khoảng 256 triệu USD/năm). Dự báo, xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Thái Lan tiếp tục có sự tăng trưởng hậu Covid-19.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào ASEAN năm 2020 là 560,9 triệu USD, chiếm 6,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang ASEAN gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 19%); Cá tra phile tươi, ướp lạnh (HS: 030432 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 43%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 51%); Tôm shrimp và tôm prawn: đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160521 - dung lượng thị

trường còn khả năng khai thác là 58%);

### **1.8. Ấn Độ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Ấn Độ năm 2020 là 137,4 triệu USD, chiếm 0,1% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Ấn Độ năm 2020 là 10 triệu USD, chiếm 7,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Ấn Độ gồm: Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 100%).

### **1.9. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Úc năm 2020 là 1,38 tỷ USD, chiếm 0,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 229 triệu USD, chiếm 16,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của Úc.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Úc gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 36%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 100%)

### **1.10. New Zealand**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của New Zealand năm 2020 là 248,9 triệu USD, chiếm 0,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào New Zealand năm 2020 là 16,2 triệu USD, chiếm 6,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của New Zealand.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang New Zealand gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 26%).

### **1.11. Canada**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Canada năm 2020 là 3,45 tỷ USD, chiếm 2,1 % giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 264 triệu USD, chiếm 7,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Trong đó nhiều chủng loại đã chiếm thị phần rất cao tại thị trường này như cá basa (chiếm gần 100% thị trường cá da trơn nhập khẩu của Canada), tôm bao gồm tôm đông lạnh và tôm chế biến đứng đầu trong số các nước xuất khẩu tôm vào Canada và chiếm gần 1/3 thị phần nhập khẩu, cá ngừ vàng, mắt to đông lạnh chiếm 89% thị phần... Thuế MFN của Canada đối với các mặt hàng này hiện là 4-5% và theo cam kết



CPTPP thuế suất cho các mặt hàng này giảm về 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực. Đây là cơ hội để Việt Nam tiếp tục giữ vững thị phần và đa dạng hóa các chủng loại mặt hàng xuất khẩu vào thị trường này.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Canada gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 46%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 7%).

- Lưu ý khác: Các mặt hàng thủy sản của Việt Nam hiện đã có mặt ở hầu hết các siêu thị lớn của Canada nhưng được bán qua nhà phân phối, chưa bán trực tiếp. Hiện nay, các công ty lớn của Canada có xu hướng mua trực tiếp từ nhà sản xuất để cắt giảm chi phí (Costco, Metro...), do đó việc các doanh nghiệp thủy sản Việt Nam có thể tiếp cận và giới thiệu sản phẩm với các nhà bán lẻ lớn của Canada là rất quan trọng.

### **1.12. Mexico**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Mexico năm 2020 là 968,4 triệu USD, chiếm 0,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Hàng năm Mexico nhập khẩu khoảng 351 triệu USD cá đông lạnh. Mexico là một thị trường dễ tính với dân số đông, sức tiêu thụ mạnh, yếu tố về giá mang tính quyết định.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Mexico năm 2020 là 62 triệu USD, chiếm 6,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Đối với mặt hàng cá đông lạnh, hiện Việt Nam đang là nước xuất khẩu lớn thứ 2 sau Trung Quốc. Đối với mặt hàng tôm, hiện Mexico đang có lệnh cấm nhập khẩu tôm từ một số nước châu Á trong đó có Việt Nam. Khi lệnh cấm được xóa bỏ, chắc chắn với thế mạnh về giá và chất lượng, Việt Nam có nhiều cơ hội chiếm lĩnh thị trường khi mức thuế hiện tại cho nhóm hàng này là khoảng 20%.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Mexico gồm: Tôm shrimp và tôm prawn: đã được chế biến hoặc bảo quản (HS: 160521 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 99%)

- Lưu ý khác: Tiêu dùng thủy sản ở Mexico còn tương đối khiêm tốn nhưng có xu hướng gia tăng những năm gần đây. Trước đây, người dân Mexico thường cho rằng cá và các loại hải sản là những thực phẩm tương đối đắt đỏ và mang lại nhiều rủi ro cho sức khỏe, tuy nhiên ngày càng nhiều người dân Mexico nhận ra giá trị dinh dưỡng cao của các sản phẩm này. Với việc nhiều mặt hàng thủy sản của ta xuất khẩu sang Mexico được hưởng thuế suất 0% kể từ năm thứ 3, Việt Nam có nhiều cơ hội tận dụng ưu đãi về thuế của CPTPP để cạnh tranh với các nước khác.

### **1.13. Châu Phi**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Châu Phi năm 2020 là 5,7 tỷ USD, chiếm 3,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Châu Phi năm 2020 là 59,9 triệu USD, chiếm 1,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Châu Phi.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Châu Phi gồm: Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 63%).

#### **1.14. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu thủy sản của Trung Đông năm 2020 là 4,1 tỷ USD, chiếm 2,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam vào Trung Đông năm 2020 là 181,1 triệu USD, chiếm 4,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của Trung Đông.

- Những mặt hàng thủy sản Việt Nam có khả năng xuất khẩu sang Trung Đông gồm: Cá tra phile đông lạnh (HS: 030462 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 40%); Tôm shrimp và tôm prawn: đông lạnh (HS: 030617 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 37%).

### **2. Gạo**

#### **2.1. Hoa Kỳ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Hoa Kỳ năm 2020 là 1,28 tỷ USD, chiếm 5% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 3 thế giới về nhập khẩu).

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 13,9 triệu USD, chiếm 1,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Theo dự báo cập nhật tháng 6/2021 của USDA, sản lượng gạo của Hoa Kỳ trong năm 2021 tiếp tục được dự báo sẽ đạt khoảng 7,23 triệu tấn, tăng khoảng 1,35 triệu tấn so với năm 2020. Mức nhập khẩu gạo năm 2021 của Hoa Kỳ dự báo đạt 1,2 nghìn tấn, giảm khoảng 0,01 nghìn tấn so với năm 2020. Xuất khẩu gạo của Việt Nam sang thị trường này dự kiến sẽ tăng nhẹ so với năm 2020, chủ yếu là các loại gạo thơm, gạo chất lượng cao. Do tình hình dịch bệnh vẫn nghiêm trọng và chưa thể kiểm soát tại một số quốc gia là đối thủ cạnh tranh chính về xuất khẩu gạo sang Hoa Kỳ như Thái Lan, Ấn Độ, Pakistan..., nên dự báo xuất khẩu gạo của Việt Nam sang Hoa Kỳ vẫn sẽ tăng nhẹ trong những tháng tiếp theo. Tuy nhiên, vì Hoa Kỳ là quốc gia sản xuất gạo với số lượng lớn, hơn nữa nhu cầu sử dụng gạo bình quân đầu người không cao, nên khó có thể kỳ vọng kim ngạch xuất khẩu cao ở thị trường này.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 93%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Đăng ký chứng nhận FDA: bất cứ nhà xuất khẩu nào nếu muốn đưa sản phẩm (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm) của mình vào Hoa Kỳ đều phải tuân thủ những quy định của Cục FDA và có được giấy chứng nhận FDA. Doanh nghiệp phải đăng ký với FDA để được cấp mã số cơ sở thực phẩm FFR. Ngoài ra, cứ hai năm một lần, nghĩa là vào các năm chẵn các doanh nghiệp nước ngoài trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam đang xuất hàng thực phẩm và đồ uống cho người và động vật vào thị trường Mỹ lại phải đăng ký lại Cơ sở sản xuất và Người đại

diện tại Mỹ với Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp Mã số kinh doanh hợp lệ mới.

- + Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

- + Các quy định về SPS, an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật được ban hành, giám sát và thực thi bởi các cơ quan khác nhau. Cụ thể: (i) Cục quản lý Dược phẩm và Thực phẩm (FDA) chịu trách nhiệm cho hầu hết các giám sát An toàn thực phẩm thuộc thẩm quyền của Đạo luật Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm Liên bang Hoa Kỳ và pháp luật khác; FDA có trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng chống lại sự không sạch sẽ, không an toàn, và gian lận khi gắn nhãn thực phẩm khác hơn là trong các lĩnh vực quy định của FSIS; (ii) Cơ quan Kiểm dịch và An toàn thực phẩm Hoa Kỳ (FSIS) có trách nhiệm đảm bảo rằng thịt, gia cầm và sản phẩm trứng được an toàn, lành mạnh, và nhãn chính xác; (iii) Bộ Nông nghiệp (USDA) có trách nhiệm kiểm tra sự an toàn của thịt và trứng, cũng như động vật và thực vật kiểm soát sâu bệnh, bao gồm cả kiểm tra kiểm dịch thực vật và động vật và dịch hại cây trồng; (iv) Cơ Quan Bảo Vệ Môi trường (EPA) có trách nhiệm quản lý thuốc trừ sâu, bao gồm đăng ký thuốc trừ sâu và sử dụng các thiết lập tương ứng với tiêu chuẩn. Các tổ chức này đóng một vai trò rất quan trọng về an toàn thực phẩm các loại khác nhau và trong các giai đoạn khác nhau.

- + Quy định về nhãn hàng hóa: việc ghi nhãn sản phẩm là một việc quan trọng và được quy định chặt chẽ bởi pháp luật. Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo quy định có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC - Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer product Safety Commission CPSC), và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa.

- + Truy xuất nguồn gốc: Chương trình ghi nhãn nước xuất xứ (COOL) yêu cầu tên nước xuất xứ phải được ghi rõ trên nhãn của sản phẩm đối với một số mặt hàng nông sản.

## **2.2. Trung Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Trung Quốc năm 2020 là 1,4 tỷ USD, chiếm 5,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 1 thế giới về nhập khẩu).

- Xuất khẩu gạo Việt Nam sang Trung Quốc tăng rất mạnh 70% về lượng, tăng 92,7% về kim ngạch và tăng 13,3% về giá so với năm 2019, đưa Trung Quốc lên vị trí thứ 2 về tiêu thụ gạo của Việt Nam với 810.838 tấn, tương đương 463 triệu USD, chiếm 31,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 32%); Gạo tấm (HS: 100640, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 27%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Giấy phép nhập khẩu: Hàng hóa khi nhập khẩu vào Trung Quốc cần xin giấy phép nhập khẩu. Đơn đăng ký hoặc xin cấp phép nhập khẩu thường được gửi đến Bộ Thương mại hoặc các đơn vị địa phương có thẩm quyền.

+ Chứng thư/giấy chứng nhận kiểm dịch phải do cơ quan chủ quản kiểm dịch của Việt Nam cấp và được bên bán/ xuất khẩu làm các thủ tục kiểm dịch trước khi ký hợp đồng/thỏa thuận thương mại với bên mua/ bên nhập khẩu.

### **2.3. Nhật Bản**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Nhật Bản năm 2020 là 503,6 triệu USD, chiếm 1,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 13 thế giới về nhập khẩu).

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 0,3 triệu USD, chiếm 0,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

### **2.4. Hàn Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Hàn Quốc năm 2020 là 375,4 triệu USD, chiếm 1,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 14 thế giới về nhập khẩu).

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 54,4 triệu USD, chiếm 14,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này và có mức tăng trưởng ấn tượng khi đạt khoảng 405%/năm. Mặt hàng này được kỳ vọng sẽ xuất khẩu ổn định trong thời gian tới do kể từ năm 2020 Hàn Quốc bắt đầu áp dụng hạn ngạch nhập khẩu gạo của Việt Nam là 55.112 tấn/năm trong 10 năm (2020-2030).

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo lứt (HS: 100620 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 94%); Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, 99%).

### **2.5. EU**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của EU năm 2020 là 2,91 tỷ USD, chiếm 11,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào EU năm 2020 là 46,4 triệu USD, chỉ chiếm 2,9% tổng kim ngạch nhập khẩu ngoại khối của khu vực này và vẫn còn khá khiêm tốn so với các nguồn cung cạnh tranh khác như Ấn Độ, Thái Lan, Campuchia, Pakistan. Xuất khẩu mặt hàng gạo của Việt Nam sang thị trường EU vẫn còn nhiều tiềm năng tăng trưởng trong những năm tới bởi theo Eurostat, trong giai đoạn từ năm 2015-2020, lượng gạo nhập khẩu của EU tăng trưởng bình quân 4,9%/năm, từ 2,95 triệu tấn trong năm 2015 lên 3,75 triệu tấn vào năm 2020.

Nhu cầu đối với các loại gạo đặc sản chất lượng cao từ khu vực châu Á đang có xu hướng tăng. Thực tế cho thấy, tỷ trọng gạo nhập khẩu của EU trong nội khối có xu hướng giảm trong khi ngoại khối lại tăng. Ngoài ra, nhu cầu nhập khẩu gạo lứt, gạo hữu cơ của EU trong thời gian qua cũng tăng trưởng cao hơn so với các mặt hàng khác do nhận thức về chế độ ăn uống lành mạnh, những sản phẩm có lợi cho sức khỏe.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 94%); Gạo tấm (HS: 100640, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 98%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Khi doanh nghiệp xuất khẩu gạo thơm vào EU, để được miễn thuế nhập khẩu của EU theo hạn ngạch, phải có chứng nhận đúng chủng loại được cấp bởi cơ quan có thẩm quyền của Việt Nam.

+ EU quy định khắt khe đối với chất lượng sản phẩm, tiêu chuẩn bảo vệ môi trường, bắt buộc cung cấp chứng từ chứng nhận xuất xứ khi làm thủ tục hải quan.

+ Từ tháng 1/2018 Ủy ban Châu Âu (EC) quy định mức dư lượng tối đa thuốc bảo vệ thực vật cho phép trong gạo NK 0,01mg/kg.

+ Một số chứng chỉ theo các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế như: HACPP, HALAL hay BRC nhằm đảm bảo khả năng cung ứng các sản phẩm phù hợp với thị hiếu và yêu cầu khó tính của các thị trường tiêu dùng cao cấp như EU.

## **2.6. ASEAN**

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào ASEAN năm 2020 là 1,4 tỷ USD. Trong đó, Philippines luôn đứng ở vị trí thứ nhất về thị trường xuất khẩu gạo của Việt Nam chiếm tới 33,9% thị phần. Xuất khẩu gạo sang khu vực thị trường này trong năm 2020 đạt 2,22 triệu tấn và 1,06 tỷ USD, tăng 4% về khối lượng và tăng 19,3% về giá trị so với năm 2019. Ngoài ra, nhu cầu nhập khẩu gạo của Malaysia cũng tăng mạnh trong những năm gần đây. Do không có điều kiện thổ nhưỡng tốt để phát triển nông nghiệp, khả năng tự cung ứng gạo của Malaysia chỉ đáp ứng được khoảng 65-70% nhu cầu tiêu thụ trong nước. Hàng năm, Malaysia nhập khẩu (từ 900 nghìn tới 1 triệu tấn) để đáp ứng nhu cầu trong nước và dự trữ tùy thuộc vào sản lượng gạo sản xuất trong nước.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 9%).

## **2.7. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Úc năm 2020 là 236,2 triệu USD, chiếm 1% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 33 thế giới về nhập khẩu).

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 18,6 triệu USD, chiếm 7,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 73%).

## **2.8. Canada**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Canada năm 2020 là 445,1 triệu USD, chiếm 1,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 15 thế giới về nhập khẩu).

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 9,3 triệu USD, chiếm 2,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

## **2.9. Mexico**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Mexico năm 2020 là 434,1 triệu USD, chiếm 1,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 16 thế giới về nhập khẩu).

- Mexico hiện phải nhập khẩu gạo khoảng 900 nghìn tấn/năm. Theo cam kết CPTPP, gạo trắng Việt Nam xuất khẩu vào Mexico được hưởng thuế 0% vào năm thứ 11 kể từ khi Hiệp định có hiệu lực, với lộ trình giảm trong 10 năm đầu cắt giảm 2% mỗi năm. Nếu gạo Việt Nam cạnh tranh được về giá với gạo của các đối thủ và đảm bảo chất lượng, Việt Nam sẽ quay trở lại là một trong những nước xuất khẩu gạo hàng đầu vào Mexico.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 98%).

## **2.10. Châu Phi**

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào Châu Phi năm 2020 là 549 triệu USD. Các thị trường nhập khẩu gạo lớn nhất gồm Bờ Biển Ngà, Ghana, Senegal, Mozambique, Cameroon, Gabon, Tanzania, Ai Cập... Trong đó hai thị trường lớn nhất là Ga-na và Bờ biển Ngà với kim ngạch xuất khẩu lần lượt là 282 triệu USD và 207 triệu USD. Dự báo, trong bối cảnh dịch bệnh, với tình trạng thiên tai, mất mùa, bất ổn chính trị các nước châu Phi vẫn có nhu cầu ngày càng tăng về lương thực, thực phẩm, đặc biệt là gạo.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 38%); Gạo tấm (HS: 100640 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 32%).

## **2.11. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu gạo của Trung Đông năm 2020 là 5,4 tỷ USD, chiếm 22,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gạo của Việt Nam vào hai thị trường chính của khu vực này là Ả Rập Xê-Út năm 2020 là 19,2 triệu USD và Các Tiểu vương quốc Ả Rập (UAE) là 25 triệu USD.

- Những mặt hàng gạo Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Gạo đã xát toàn bộ hoặc sơ bộ (HS: 100630, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 60%).

## **3. Rau quả**

### **3.1. Hoa Kỳ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Hoa Kỳ năm 2020 là 20,5 triệu tấn rau quả tươi, trị giá trên 42,23 tỷ USD, chiếm 15,3% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 1,39 tỷ USD, chiếm 3,3% trong tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của Hoa Kỳ, như vậy thị trường Hoa Kỳ vẫn còn có rất nhiều tiềm năng đối với hàng rau quả của Việt Nam.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 15%); Trái cây đông lạnh (HS: 081190, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 19%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Đăng ký chứng nhận FDA: bất cứ nhà xuất khẩu nào nếu muốn đưa sản phẩm (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm) của mình vào Hoa Kỳ đều phải tuân thủ những quy định của Cục FDA và có được giấy chứng nhận FDA. Doanh nghiệp phải đăng ký với FDA để được cấp mã số cơ sở thực phẩm FFR. Ngoài ra, cứ hai năm một lần, nghĩa là vào các năm chẵn các doanh nghiệp nước ngoài trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam đang xuất khẩu hàng thực phẩm và đồ uống cho người và động vật vào thị trường Mỹ lại phải đăng ký lại Cơ sở sản xuất và Người đại diện tại Mỹ với Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp Mã số kinh doanh hợp lệ mới.

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Các quy định về SPS, an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật được ban hành, giám sát và thực thi bởi các cơ quan khác nhau. Cụ thể: (i) Cục quản lý Dược phẩm và Thực phẩm (FDA) chịu trách nhiệm cho hầu hết các giám sát An toàn thực phẩm thuộc thẩm quyền của Đạo luật Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm Liên bang Hoa Kỳ và pháp luật khác; FDA có trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng chống lại sự không sạch sẽ, không an toàn, và gian lận khi gắn nhãn thực phẩm khác hơn là trong các lĩnh vực quy định của FSIS; (ii) Cơ quan Kiểm dịch và An toàn thực phẩm Hoa Kỳ (FSIS) có trách nhiệm đảm bảo rằng thịt, gia cầm và sản phẩm trứng được an toàn, lành mạnh, và nhãn chính xác; (iii) Bộ Nông nghiệp (USDA) có trách nhiệm kiểm tra sự an toàn của thịt và trứng, cũng như động vật và thực vật kiểm soát sâu bệnh, bao gồm cả kiểm tra kiểm dịch thực vật và động vật và dịch hại cây trồng; (iv) Cơ Quan Bảo Vệ Môi trường (EPA) có trách nhiệm quản lý thuốc trừ sâu, bao gồm đăng ký thuốc trừ sâu và sử dụng các thiết lập tương ứng với tiêu chuẩn. Các tổ chức này đóng một vai trò rất quan trọng về an toàn thực phẩm các loại khác nhau và trong các giai đoạn khác nhau.

+ Quy định về nhãn hàng hóa: việc ghi nhãn sản phẩm là một việc quan trọng và được quy định chặt chẽ bởi pháp luật. Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo quy định có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC - Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer product Safety Commission CPSC), và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa.

+ Truy xuất nguồn gốc: Chương trình ghi nhãn nước xuất xứ (COOL) yêu cầu tên nước xuất xứ phải được ghi rõ trên nhãn của sản phẩm đối với một số mặt hàng nông sản.

- Lưu ý khác: Đến nay, Việt Nam được chính thức cấp phép xuất khẩu 6 loại hoa quả tươi sang Hoa Kỳ gồm xoài, nhãn, vải, thanh long, chôm chôm và vú sữa. Các hoa quả khác có thể được xuất khẩu ở dạng đông lạnh hoặc sản phẩm chế biến (đóng hộp, sấy khô). Thị trường Hoa Kỳ nhiều cơ hội nhưng cạnh tranh rất gay gắt cả về chất lượng và giá. Bên cạnh các yêu cầu kiểm soát chất lượng, đóng gói, thủ tục đăng ký doanh nghiệp xuất nhập khẩu..., các hoa quả tiêu biểu của Việt Nam như xoài, vải, thanh long phải cạnh tranh khốc liệt với các sản phẩm cùng loại được trồng ngày càng nhiều tại các bang như Florida, California, hay tại Mexico và các nước Nam Mỹ có điều kiện tự nhiên gần giống Việt Nam, cũng như sản phẩm của các nước Châu Á khác và sản phẩm thay thế được trồng ngay tại Hoa Kỳ. Các đối thủ này có lợi thế lớn nhờ chi phí vận chuyển, bảo quản thấp, thời gian đưa ra thị trường ngắn. Theo thông kê của phía Hoa Kỳ, năm 2019, các nguồn cung cấp trái cây lớn nhất vào Hoa Kỳ gồm: Mexico, trên 7 tỷ USD, Chile, 1,8 tỷ USD, Guatemala và Peru mỗi nước 1,2 tỷ USD.

Các doanh nghiệp cần đầu tư phát triển sản phẩm mới đáp ứng thị hiếu người tiêu dùng Hoa Kỳ ngày càng ưu chuộng sản phẩm “dùng ngay” (đến mức đã gọt vỏ, thái miếng nhỏ, bán kèm cả tăm, đĩa phục vụ người dùng) và xu hướng ưu thích sản phẩm đáp ứng nhiều nhu cầu như ăn trực tiếp hay pha cocktail, trộn salad, làm bánh, nấu chè... Theo hướng này, chúng ta sẽ hướng tới phục vụ quanh năm cho thị trường 300 triệu người tiêu dùng tại Mỹ, không chỉ tập trung vào hơn 2 triệu người Việt hay nhóm khách hàng gốc Á.

### **3.2. Trung Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc năm 2020 là 6,52 triệu tấn rau quả tươi và sấy khô các loại, trị giá trên 15,76 tỷ USD, chiếm 5,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu, tăng 2,5% về giá trị so với năm 2019.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 1.839 triệu USD. Trị giá nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 11,7% trong tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của Trung Quốc, như vậy thị trường Trung Quốc vẫn còn có rất nhiều tiềm năng đối với hàng rau quả của Việt Nam. Hiện nay, đã có 9 loại trái cây của Việt Nam được xuất khẩu chính ngạch sang thị trường Trung Quốc, bao gồm: chuối, thanh long, dưa hấu, nhãn, vải, mít, xoài, chôm chôm, măng cụt. Ngoài ra, Việt Nam vẫn đang tiếp tục thúc đẩy mở cửa cho các loại trái cây khác như sầu riêng, bơ, bưởi, dưa, na, roi... xuất khẩu sang thị trường này.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 55%); Quả sầu riêng, tươi (HS: 081060, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48%); Dưa tươi (HS: 0801, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 68%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Thị trường Trung Quốc hiện nay đòi hỏi rất cao về chất lượng, mẫu mã, bao bì, quy cách đóng gói, đặc biệt là Trung Quốc rất chú trọng mã số vùng trồng. Yêu cầu này bắt buộc đối với hàng hóa của tất cả các quốc gia.

### **3.3. Nhật Bản**



- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Nhật Bản năm 2020 đạt 9,71 tỷ USD, chiếm 3,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 170,2 triệu USD. Trị giá nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 1,8% tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của Nhật Bản, như vậy Nhật Bản là một thị trường xuất khẩu rau quả tiềm năng của Việt Nam khi đây là một trong 10 thị trường nhập khẩu hàng rau quả lớn trên thế giới.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 26%); Trái cây, đã hoặc chưa hấp chín hoặc luộc chín trong nước, đông lạnh (HS: 081190, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 54%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Theo các quy định của Nhật Bản, các tiêu chuẩn về chất lượng sản phẩm rau quả được yêu cầu rất cao, đòi hỏi về tiêu chuẩn chất lượng và dư lượng hóa chất nông nghiệp theo Luật Vệ Sinh Thực Phẩm. Nếu bị phát hiện có các dư lượng vượt quá mức cho phép, sau đó các sản phẩm này sẽ bị giám sát rất chặt chẽ. Trước khi hàng đến, các nhà xuất khẩu phải thông báo cho các trạm kiểm dịch tại địa điểm nhập khẩu biết thông qua hệ thống điện tử do Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội quản lý.

+ Các mặt hàng khi đến thị trường Nhật Bản không thể thiếu bởi người Nhật đưa ra 5 yếu tố (5S) gần như đã thành quy chuẩn gồm: sạch sẽ, sàng lọc, cắt bỏ những thứ không cần thiết, môi trường trong sạch và đề độ đặc ngăn nắp.

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông Nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Chứng nhận nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, chứng nhận SA 8000).

### **3.4. Hàn Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Hàn Quốc năm 2020 đạt 3,65 tỷ USD, chiếm 1,3% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 216,1 triệu USD. Trị giá nhập khẩu từ Việt Nam chỉ chiếm 5,9% trong tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của Hàn Quốc nhưng có mức tăng trưởng bình quân hàng năm khá cao, đạt 32%/năm. Như vậy thị trường Hàn Quốc vẫn còn có rất nhiều tiềm năng đối với hàng rau quả của Việt Nam.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 86%); Chuối tươi hoặc khô (HS: 0803, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 88%); Quả ổi, xoài và măng cụt: tươi hoặc khô (HS: 084050, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 81 %).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Với các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm, Hàn Quốc có luật vệ sinh an toàn thực phẩm. Hàng nhập khẩu phải đăng ký với Cơ quan quản lý thuốc và thực phẩm Hàn Quốc (KFDA). Cơ quan này có trách nhiệm xây dựng các tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các yêu cầu về nhãn mác, bao gói.

### 3.5. EU

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của EU năm 2020 đạt 100,6 tỷ USD, chiếm 36,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào EU năm 2020 là 1,13 tỷ USD. Tỷ trọng nhập khẩu hàng rau quả của EU từ Việt Nam chỉ chiếm 1,1% vẫn còn quá thấp, đây là cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam đẩy mạnh trong thời gian tới. Đặc biệt, với Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA), rau quả là một trong những mặt hàng nông sản được hưởng lợi nhiều nhất, bởi 94% trong tổng số 547 dòng thuế rau quả và các sản phẩm chế biến từ rau quả được xóa bỏ. Phần lớn các dòng thuế EU cam kết xóa bỏ ngay hiện đều đang có mức thuế MFN trung bình trên 10%, cá biệt có những sản phẩm rau quả đang chịu thuế trên 20%. Như vậy, mức cam kết này của EU sẽ tạo ra lợi thế rất lớn về giá cho rau quả Việt Nam, đặc biệt trong cạnh tranh nhập khẩu vào EU với các đối thủ chưa có FTA với EU như Thái Lan, Ấn Độ, Campuchia...

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 91%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Hàng hóa xuất khẩu cơ bản phải đáp ứng các điều kiện sau:

+ Quy định về an toàn thực phẩm

- Đáp ứng quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật/thuốc trừ sâu tối đa trong sản phẩm.

- Truy xuất nguồn gốc xuất xứ: Giấy chứng nhận HACCP cùng với việc áp dụng thực hành vệ sinh tốt (GHPs) và thực hành nông nghiệp tốt (GAPs). Đây là những tiêu chuẩn tự nguyện nhưng hiện nay đang được các nước EU áp dụng như tiêu chuẩn bắt buộc đối với các sản phẩm nhập khẩu.

+ Quy định kiểm dịch động thực vật: Giấy chứng nhận kiểm dịch thực phẩm của Cơ quan Giám định thực phẩm có thẩm quyền của nước sản xuất để đảm bảo không bị côn trùng và bệnh tật.

+ Quy định về chất lượng thương mại và nhãn mác: Phần lớn các quy định thông thường đều tập trung đến phẩm chất, kích thước, trọng lượng và ghi nhãn bao bì. Quy định ghi nhãn mác yêu cầu các thông tin như: Nước xuất xứ, tên sản phẩm, chủng loại và số lượng. Những yêu cầu liên quan đến chất lượng thương mại là chủng loại, màu sắc, thời hạn sử dụng, hư hỏng bên ngoài và hình dạng của sản phẩm.

+ Các quy định về hệ thống quản lý tại đơn vị sản xuất như chứng nhận ISO 14001, hệ

thống kiểm toán và quản lý sinh thái (EMAS), chứng nhận SA8000 cũng là điều kiện cần thiết để xuất khẩu sang thị trường EU.

+ Ngoài ra, EU còn ngày càng quan tâm đến các tiêu chuẩn phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp điển hình như môi trường và lao động.

+ Sản phẩm hữu cơ: Riêng đối với nông sản xuất khẩu cần thêm chứng nhận về nông nghiệp hữu cơ đối với đơn hàng hữu cơ.

### **3.6. Liên Bang Nga**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Liên Bang Nga năm 2020 đạt 7,85 tỷ USD, chiếm 2,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Liên Bang Nga năm 2020 là 116,9 triệu USD, chỉ chiếm 1,5% tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của thị trường này. Nhập khẩu trái xoài, ổi và măng cụt của thị trường Nga tăng mạnh trong giai đoạn năm 2016 - 2020, tăng bình quân 68,4%/năm. Trị giá nhập khẩu trong năm 2020 đạt 83,46 triệu USD, tăng 187,7% so với năm 2019.

- Theo tính toán từ số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), chỉ tính riêng tháng 1/2021, Việt Nam là thị trường cung cấp trái xoài, ổi và măng cụt (mã HS 080450) lớn thứ 4 cho Nga, đạt 226 tấn, trị giá 807 nghìn USD, tăng 114% về lượng và tăng 62,7% về trị giá so với cùng kỳ năm ngoái. Tỷ trọng nhập khẩu từ Việt Nam chiếm 6,1% tổng lượng nhập khẩu. Nga phải nhập khẩu tới 2/3 lượng rau quả tiêu thụ hàng năm. Điều đó cho thấy, dư địa để các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản của Việt Nam khai thác thị trường tiềm năng này là rất lớn.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 98%).

### **3.7. ASEAN**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của ASEAN năm 2020 đạt 13,71 tỷ USD, chiếm 5% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Trong đó, dự báo nhu cầu của Indonesia vẫn rất lớn. Tiêu thụ trái cây ở Indonesia năm 2020 đạt 6,6 triệu tấn, tương đương 10,6 tỉ USD. Trái cây được tiêu thụ nhiều nhất tại Indonesia là chuối (17%), tiếp theo là táo (10%), cam (8%), xoài (8%), chôm chôm (6%) và các loại trái cây khác.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang ASEAN năm 2020 là 412,9 triệu USD, chỉ chiếm 3% tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của thị trường này.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 93%).

### **3.8. Ấn Độ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Ấn Độ năm 2020 đạt 5,09 tỷ USD, chiếm 1,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang Ấn Độ năm 2020 là 66,9 triệu USD, chỉ chiếm 1,3% tổng trị giá nhập khẩu hàng rau quả của thị trường này.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 54%).

### **3.9. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Úc năm 2020 đạt 2,07 tỷ USD, chiếm 0,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Việt Nam là thị trường cung cấp hàng rau quả chế biến lớn thứ 8 cho Úc trong năm 2020, đạt 181,2 triệu USD. Tỷ trọng nhập khẩu hàng rau quả chế biến của Úc từ Việt Nam chiếm 8,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của Úc. Việt Nam là thị trường cung cấp đạt tốc độ tăng trưởng cao nhất trong số 10 thị trường cung cấp chính mặt hàng này tới Úc trong năm 2020.

- Những mặt hàng rau quả Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 60%); Dừa đã làm khô (HS: 080111, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 95%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Để đưa được trái cây Việt Nam vào bán trên thị trường Úc, các doanh nghiệp cần đáp ứng đủ các điều kiện mà Bộ Nông nghiệp và Nguồn nước Úc quy định như sau:

+ Trước khi nhập khẩu vào Úc, doanh nghiệp cần có giấy phép hợp lệ do Bộ Nông nghiệp và Nguồn nước Úc cấp. Muốn có giấy phép, doanh nghiệp nhập khẩu cần nộp đơn xin phép nhập khẩu. Trước khi xuất khẩu, trái cây phải được Cục Bảo vệ Thực vật Việt Nam kiểm dịch và cấp giấy chứng nhận không bị nhiễm côn trùng trong diện kiểm soát an toàn sinh học (kiểm dịch).

+ Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật gốc phải được cấp bởi Cục Bảo vệ Thực vật Việt Nam. Giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật gốc phải đi kèm với mỗi lô hàng và phải được hoàn thành một cách chính xác theo tiêu chuẩn của Tổ chức Bảo vệ Thực vật Quốc tế (IPPC). Trái cây tươi từ Việt Nam phải được xử lý trước khi vận chuyển hàng bằng phương pháp nhiệt hơi (VHT) với thời gian 40 phút ở nhiệt độ 46,5 độ C, độ ẩm 90% trở lên tại một cơ sở xử lý được Cục Bảo vệ Thực vật Việt Nam phê duyệt.

+ Đối với vận chuyển bằng đường biển, số container và số niêm phong phải được xác nhận và ghi trên giấy chứng nhận kiểm dịch thực vật hoặc trên chứng từ thương mại (ví dụ trên vận đơn). Nếu được xác nhận trên vận đơn thì số chứng nhận kiểm dịch thực vật cũng phải được ghi rõ.

+ Bao bì phải được làm từ vật liệu tổng hợp hoặc vật liệu chế biến cao nếu có nguồn gốc thực vật. Bao bì không được làm bằng nguyên liệu thực vật chưa qua chế biến chẳng hạn như rơm. Các thùng carton hoặc kiện hàng đơn lẻ phải được dán nhãn với một số nhận dạng duy nhất để thuận tiện cho việc truy xuất nguồn gốc. Kiện hàng phải được buộc chắc chắn.

### **3.10. Canada**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Canada năm 2020 đạt 10,70 tỷ USD, chiếm 3,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 146 triệu USD, chiếm 1,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Rau quả tươi và sản phẩm rau quả của Việt Nam có chất lượng tốt nhưng gặp khá nhiều bất lợi trong cạnh tranh với sản phẩm cùng loại từ Mexico và các nước Nam Mỹ, Tuy vậy, sản phẩm Việt Nam vẫn có cơ hội tiếp cận thị trường Canada nếu Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cùng các địa phương có chiến lược hợp tác với các đối tác lớn như Costco, Walmart ... xây dựng vùng trồng, đáp ứng tiêu chuẩn Global Gap, Canada Gap, cơ sở đóng gói, bảo quản, vận chuyển để cung ứng cho thị trường Canada.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 78%).

### **3.11. Châu Phi**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Châu Phi năm 2020 đạt 6,23 tỷ USD, chiếm 2,3% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Châu Phi năm 2020 là 105 triệu USD, chiếm 1,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

### **3.12. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu rau quả của Trung Đông năm 2020 đạt 15,3 tỷ USD, chiếm 5,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu rau quả của Việt Nam vào Trung Đông năm 2020 là 361,5 triệu USD, chiếm 2,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Trái cây tươi (HS: 0810, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 93%); Chuối (HS: 0803 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 96%).

## **4. Hạt điều**

### **4.1. Hoa Kỳ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Hoa Kỳ năm 2020 đạt 1,1 tỷ USD, chiếm 16,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu, tăng 8%, cao nhất trong vòng 10 năm và dự kiến sẽ tiếp tục tăng trong năm 2021.

- Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 993 triệu USD. Thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Hoa Kỳ chiếm 89,9% trong năm 2020, cao hơn so với 85,6% năm 2019. Dự kiến, kim ngạch xuất khẩu hạt điều sẽ tăng trong những tháng tới và triển vọng xuất khẩu hạt điều cả năm 2021 nhìn chung sẽ khả quan nhờ sự hồi phục sau đại dịch của thị trường.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều, đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 30%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Đăng ký chứng nhận FDA: bất cứ nhà xuất khẩu nào nếu muốn đưa sản phẩm (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm) của mình vào Hoa Kỳ đều phải tuân thủ những quy định của Cục FDA và có được giấy chứng nhận FDA. Doanh nghiệp phải đăng ký với FDA để được cấp mã số cơ sở thực phẩm FFR. Ngoài ra, cứ hai năm một lần, nghĩa là vào các năm chẵn các doanh nghiệp nước ngoài trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam đang xuất khẩu hàng thực phẩm và đồ uống cho người và động vật vào thị trường Mỹ lại phải đăng ký lại Cơ sở sản xuất và Người đại diện tại Mỹ với Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp Mã số kinh doanh hợp lệ mới.

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Các quy định về SPS, an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật được ban hành, giám sát và thực thi bởi các cơ quan khác nhau. Cụ thể: (i) Cục quản lý Dược phẩm và Thực phẩm (FDA) chịu trách nhiệm cho hầu hết các giám sát An toàn thực phẩm thuộc thẩm quyền của Đạo luật Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm Liên bang Hoa Kỳ và pháp luật khác; FDA có trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng chống lại sự không sạch sẽ, không an toàn, và gian lận khi gắn nhãn thực phẩm khác hơn là trong các lĩnh vực quy định của FSIS; (ii) Cơ quan Kiểm dịch và An toàn thực phẩm Hoa Kỳ (FSIS) có trách nhiệm đảm bảo rằng thịt, gia cầm và sản phẩm trứng được an toàn, lành mạnh, và nhãn chính xác; (iii) Bộ Nông nghiệp (USDA) có trách nhiệm kiểm tra sự an toàn của thịt và trứng, cũng như động vật và thực vật kiểm soát sâu bệnh, bao gồm cả kiểm tra kiểm dịch thực vật và động vật và dịch hại cây trồng; (iv) Cơ Quan Bảo Vệ Môi trường (EPA) có trách nhiệm quản lý thuốc trừ sâu, bao gồm đăng ký thuốc trừ sâu và sử dụng các thiết lập tương ứng với tiêu chuẩn. Các tổ chức này đóng một vai trò rất quan trọng về an toàn thực phẩm các loại khác nhau và trong các giai đoạn khác nhau.

+ Quy định về nhãn hàng hóa: việc ghi nhãn sản phẩm là một việc quan trọng và được quy định chặt chẽ bởi pháp luật. Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo quy định có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC - Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer product Safety Commission CPSC), và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa.

+ Truy xuất nguồn gốc: Chương trình ghi nhãn nước xuất xứ (COOL) yêu cầu tên nước xuất xứ phải được ghi rõ trên nhãn của sản phẩm đối với một số mặt hàng nông sản.

## **4.2. Trung Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Trung Quốc năm 2020 là 167,1 triệu USD, chiếm 2,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 147,8 triệu USD, chiếm 88,5% trong tổng trị giá nhập khẩu hạt điều của Trung Quốc.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều, đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 42%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Tiêu chuẩn xuất khẩu hạt điều sang Trung Quốc là hạt điều phải được đóng gói thùng mới, sạch, khô không rò rỉ. Công tác đóng gói phải đảm bảo chắc chắn để hàng hóa được toàn vẹn, bên ngoài có thêm các lớp carton không có côn trùng và nấm mốc xuất hiện. Thùng carton phải đạt chuẩn chịu lực 200 pound, 32 ETC. Khí CO2 nếu có sử dụng phải là loại dùng trong an toàn thực phẩm.

#### **4.3. Nhật Bản**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Nhật Bản năm 2020 đạt 90,3 triệu USD, chiếm 1,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 42,5 triệu USD, chiếm 47,1% tổng trị giá nhập khẩu hàng hạt điều của Nhật Bản.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 81%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

- + Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

- + Quy định về an toàn thực phẩm: tuân thủ các mức dư lượng này theo Luật Vệ sinh Thực phẩm.

- + Trước khi hàng đến, các nhà xuất khẩu phải thông báo cho các trạm kiểm dịch tại địa điểm nhập khẩu biết thông qua hệ thống điện tử do Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội quản lý.

- + Chứng nhận Nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, SA 8000).

#### **4.4. Hàn Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Hàn Quốc năm 2020 đạt 23,8 tỷ USD, chiếm 0,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 18,1 triệu USD, chiếm 76% tổng trị giá nhập khẩu hạt điều của Hàn Quốc.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 70%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

Với các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm, Hàn Quốc có luật vệ sinh an toàn thực phẩm. Hàn nhập khẩu phải đăng ký với Cơ quan quản lý thuốc và thực phẩm Hàn Quốc (KFDA). Cơ quan này có trách nhiệm xây dựng các tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các yêu cầu về nhãn mác, bao gói.

#### **4.5. EU**

- EU là thị trường nhập khẩu hạt điều hàng đầu thế giới, chiếm thị phần 21,4% trong tổng giá trị nhập khẩu toàn cầu trong giai đoạn 2015 - 2020. Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của EU năm 2020 đạt 1,41 tỷ USD.

- Việt Nam là nguồn cung hạt điều hàng đầu cho EU, giai đoạn 2015 - 2020, EU nhập khẩu hạt điều từ Việt Nam tăng trưởng bình quân 12,08%/năm (tính theo lượng) và tăng 10,72% (tính theo trị giá), từ 63,8 nghìn tấn, trị giá 428,74 triệu Euro năm 2015 tăng lên 110,77 nghìn tấn, trị giá 684,6 triệu Euro năm 2020. Thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng trị giá nhập khẩu của EU tăng từ 42,41% trong năm 2015 lên 58,2% trong năm 2020.

Xuất khẩu hạt điều sang thị trường EU trong thời gian tới dự kiến sẽ tăng trở lại khi nhu cầu tiêu thụ tăng trưởng mạnh trong những tháng cuối năm và giá điều cũng dự báo có xu hướng tăng. Việc khai thác cơ hội từ Hiệp định EVFTA sẽ giúp ngành hạt điều tham gia sâu vào chuỗi cung ứng toàn cầu và tăng quy mô xuất khẩu vào thị trường EU.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 44%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Đối với sản phẩm hạt điều xuất khẩu, EU đưa những quy định về dán nhãn bao bì sản phẩm, cụ thể là yêu cầu đối với những lưu ý các chất có thể gây dị ứng, ngộ độc trong hạt điều.

+ Biện pháp kiểm dịch thực vật là những yêu cầu đối với sản phẩm nhằm bảo vệ sức khỏe con người, vật nuôi...từ những tác nhân gây hại có thể có trong sản phẩm, Ủy ban châu Âu EU có những quy định chặt chẽ về nồng độ chất độc hại, lưu lượng thuốc trừ sâu trong hạt điều (Giới hạn mức tối đa dư lượng thuốc bảo vệ thực vật - MRL).

+ EU đang áp dụng quy tắc xuất xứ thông qua Hàm lượng Giá trị trong khu vực (Regional Value content - RVC). Do đó, muốn xuất khẩu được hưởng lợi về thuế quan, sản phẩm hạt điều của Việt Nam phải chế biến từ nguồn điều nguyên liệu sản xuất trong nước hoặc từ quốc gia có FTA với EU.

#### **4.6. Liên Bang Nga**

- Do ảnh hưởng của đại dịch Covid-19, nhập khẩu hạt điều của Nga giảm so với năm 2019, nhưng vẫn cao hơn so với các năm trước đó. Theo số liệu thống kê từ Trung tâm thương mại quốc tế (ITC), nhập khẩu hạt điều của Nga trong năm 2020 đạt 10,7 nghìn tấn, trị giá 45,2 triệu USD, giảm 8% về lượng và giảm 34,4% về trị giá so với năm 2019.



- Năm 2020, kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang Liên Bang Nga đạt 37,65 triệu USD. Như vậy, thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Nga chiếm 83,3% trong tổng trị giá nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 38%).

#### **4.7. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Úc năm 2020 là 108,9 triệu USD, chiếm 1,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Năm 2020, kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam sang Úc đạt 105,6 triệu USD. Như vậy, thị phần hạt điều của Việt Nam trong tổng lượng nhập khẩu của Úc chiếm gần 97%.

- Những mặt hàng hạt điều Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 27%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Tất cả thực phẩm nhập khẩu phải đáp ứng các yêu cầu về an toàn sinh học. Khi thực phẩm nhập khẩu đáp ứng được các yêu cầu này, thực phẩm được giám sát để đáp ứng được với Luật Tiêu chuẩn Thực phẩm của Úc và New Zealand.

+ Các nhà nhập khẩu thực phẩm với mục đích thương mại cần phải được cấp phép trước khi nhập khẩu.

#### **4.8. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hạt điều của Trung Đông năm 2020 là 387 triệu USD, chiếm 5,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hạt điều của Việt Nam vào Trung Đông năm 2020 là 197,4 triệu USD, chiếm 51% tổng trị giá nhập khẩu hạt điều của Hàn Quốc. Xuất khẩu hạt điều sang Các Tiểu Vương quốc Ả rập thống nhất (UAE) và Ả Rập Xê-út trong năm 2020 đạt xấp xỉ lần lượt là 23 triệu USD và 26,6 triệu USD. Đây là mặt hàng có tốc độ tăng trưởng tốt nhất trong số các sản phẩm Việt Nam xuất sang thị trường Tây Á này.

- Khu vực Trung Đông hiện là thị trường có nhu cầu lớn về nhập khẩu nông sản, thực phẩm. Do thời tiết khắc nghiệt, điều kiện tự nhiên, thổ nhưỡng không thuận lợi để phát triển nông nghiệp nên hầu hết các quốc gia khu vực Trung Đông hiện chưa đáp ứng được nhu cầu lương thực của người dân trong nước. Vì vậy, các quốc gia này phải nhập khẩu khoảng 80% các mặt hàng lương thực, thực phẩm, tương đương khoảng 40 tỷ USD/năm. Như vậy, đây là một thị trường xuất khẩu tiềm năng cho mặt hàng điều của Việt Nam.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hạt điều đã bóc vỏ (HS: 080132, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 59%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Một trong những đặc điểm cần đặc biệt lưu tâm là sản phẩm xuất khẩu sang thị trường này cần phải đáp ứng được tiêu chuẩn Halal. Nếu bước qua được rào cản đầu tiên về Halal này thì các doanh nghiệp Việt Nam sẽ thâm nhập được vào thị trường các nước Hồi giáo ở Trung Đông.

## **5. Hồ tiêu**

### **5.1. Hoa Kỳ**

- Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới, kim ngạch nhập khẩu năm 2020 là 258,4 triệu USD, chiếm 17,9% tổng giá trị nhập khẩu toàn cầu, riêng trong tháng 5/2021 chiếm gần 30% tổng kim ngạch hồ tiêu nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 169,3 triệu USD, chiếm 63,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ, đứng sau là Brazil, Indonesia và Ấn Độ, chiếm lần lượt là 13,1%, 7% và 7,8%. Về lý thuyết, dung lượng thị trường Việt Nam còn khai thác được là khoảng 46% kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ đối với mặt hàng này trong tương lai.

- Những mặt hàng hồ tiêu Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411) và Hồ tiêu đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Đăng ký chứng nhận FDA: bất cứ nhà xuất khẩu nào nếu muốn đưa sản phẩm (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm) của mình vào Hoa Kỳ đều phải tuân thủ những quy định của Cục FDA và có được giấy chứng nhận FDA. Doanh nghiệp phải đăng ký với FDA để được cấp mã số cơ sở thực phẩm FFR. Ngoài ra, cứ hai năm một lần, nghĩa là vào các năm chẵn các doanh nghiệp nước ngoài trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam đang xuất hàng thực phẩm và đồ uống cho người và động vật vào thị trường Mỹ lại phải đăng ký lại Cơ sở sản xuất và Người đại diện tại Mỹ với Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp Mã số kinh doanh hợp lệ mới.

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Các quy định về SPS, an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật được ban hành, giám sát và thực thi bởi các cơ quan khác nhau. Cụ thể: (i) Cục quản lý Dược phẩm và Thực phẩm (FDA) chịu trách nhiệm cho hầu hết các giám sát An toàn thực phẩm thuộc thẩm quyền của Đạo luật Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm Liên bang Hoa Kỳ và pháp luật khác; FDA có trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng chống lại sự không sạch sẽ, không an toàn, và gian lận khi gắn nhãn thực phẩm khác hơn là trong các lĩnh vực quy định của FSIS; (ii) Cơ quan Kiểm dịch và An toàn thực phẩm Hoa Kỳ (FSIS) có trách nhiệm đảm bảo rằng thịt, gia cầm và sản phẩm trứng được an toàn, lành mạnh, và nhãn chính xác; (iii) Bộ Nông nghiệp (USDA) có trách nhiệm kiểm tra sự an toàn của thịt và trứng, cũng như động vật và thực vật kiểm soát sâu bệnh, bao gồm cả kiểm tra kiểm dịch thực vật và động vật và dịch hại cây trồng; (iv) Cơ Quan Bảo Vệ Môi trường (EPA) có trách nhiệm quản lý thuốc trừ sâu, bao gồm đăng ký thuốc trừ sâu và sử dụng các thiết lập tương ứng với tiêu chuẩn. Các tổ chức này đóng một vai trò rất quan

trọng về an toàn thực phẩm các loại khác nhau và trong các giai đoạn khác nhau.

+ Quy định về nhãn hàng hóa: việc ghi nhãn sản phẩm là một việc quan trọng và được quy định chặt chẽ bởi pháp luật. Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo quy định có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC - Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer product Safety Commission CPSC), và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa.

+ Truy xuất nguồn gốc: Chương trình ghi nhãn nước xuất xứ (COOL) yêu cầu tên nước xuất xứ phải được ghi rõ trên nhãn của sản phẩm đối với một số mặt hàng nông sản.

## 5.2. EU

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào EU năm 2020 là 114,3 triệu USD, chiếm 32,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU. Tổng nhu cầu nhập khẩu của EU năm 2020 là 351,4 triệu USD, giảm 6% về giá trị so với năm 2019, chiếm 24,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Tuy nhiên, thị trường hồ tiêu châu Âu dự báo sẽ tăng trưởng về khối lượng với tốc độ CAGR là 3,9% giai đoạn 2016 - 2023. Xu hướng tiêu dùng gia vị tăng cường miễn dịch tăng mạnh: thị trường tiêu thụ đối với hầu hết các loại gia vị tăng trưởng với tốc độ xấp xỉ 4%/năm. Đặc biệt, do đại dịch Covid-19, một số loại gia vị trong đó hồ tiêu được cho rằng có thể hỗ trợ miễn dịch nên có sức tiêu thụ tăng trưởng nhanh trong năm 2020.

- Những mặt hàng hồ tiêu Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 66%.

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Doanh nghiệp cần tuân thủ quy định tại Tài liệu Quality Minima của Hiệp hội Gia vị Châu Âu (ESA).

+ Phần lớn khách hàng châu Âu sẽ yêu cầu chứng nhận Sáng kiến An toàn Thực phẩm Toàn cầu (GFSI); trong đó phổ biến nhất là:

- Tiêu chuẩn thực phẩm quốc tế (IFS)

- Tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm của Hiệp hội bán lẻ Anh quốc (BRCGS)

- Chứng nhận Hệ thống An toàn Thực phẩm (FSSC 22000)

Tuy nhiên, yêu cầu về giấy chứng nhận lại khác nhau giữa các nhà nhập khẩu EU. Ví dụ, khách hàng ở Anh thường yêu cầu BRCGS, trong khi IFS phổ biến hơn đối với các nhà bán lẻ Đức. Bên cạnh chứng nhận an toàn thực phẩm, khách hàng châu Âu còn có thể đến trực tiếp kiểm tra cơ sở sản xuất của doanh nghiệp XK trong vòng một hoặc vài năm.

+ Ngoài ra, một số khách hàng EU có thể yêu cầu 1 số giấy chứng nhận khác như:

- Chứng nhận sản phẩm bền vững: Organic, Fairtrade và Rainforest Alliance;
- Tự xác minh: Doanh nghiệp tự đánh giá sự tuân thủ đối với quy tắc bền vững của người mua. Ví dụ như: Bộ luật Nông nghiệp Bền vững (SAC) của Unilever hoặc Điều lệ Sinh kế Olam Livelihood Charter.

### 5.3. Trung Quốc

- Trung Quốc là một trong 10 thị trường nhập khẩu hồ tiêu lớn nhất thế giới. Tổng nhu cầu nhập khẩu của Trung Quốc đối với mặt hàng này năm 2020 là hơn 258 nghìn tấn, trị giá 65,3 triệu USD, giảm 3% về lượng so với năm 2019, nhưng lại tăng 53% về giá trị, chiếm 4,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Năm 2020, thị phần hồ tiêu của Việt Nam chiếm 27% trong tổng giá trị nhập khẩu của Trung Quốc, cao hơn so với 6,95% trong năm 2019. Mặc dù tốc độ nhập khẩu hồ tiêu của Trung Quốc từ Việt Nam tăng cao hơn so với tốc độ nhập khẩu chung, tuy nhiên, ngành hồ tiêu Việt Nam chưa khai thác tốt thị trường xuất khẩu Trung Quốc do phía Trung Quốc có nhu cầu nhập khẩu lớn đối với chủng loại hồ tiêu trắng, trong khi Việt Nam chủ yếu sản xuất hồ tiêu đen.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411- dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 85%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 54%).

- Dự báo xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam sang Trung Quốc sẽ tăng chậm lại trong ngắn hạn. Trung Quốc vẫn nhập khẩu cầm chừng sau khi giá hồ tiêu tăng “nóng” thời điểm tháng 3/2021. Về dài hạn, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu hồ tiêu tiềm năng lớn mà doanh nghiệp Việt Nam cần khai thác. Trong bối cảnh đại dịch Covid-19 vẫn diễn biến phức tạp, hoạt động thông quan hàng hóa chậm, thì các nước có chung đường biên giới, đất liền càng phát huy lợi thế.

### 5.4. Trung Đông

- Tổng nhu cầu nhập khẩu của Trung Đông đối với mặt hàng hồ tiêu năm 2020 là 138,3 triệu USD, chiếm 9,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Mặt hàng hồ tiêu xuất khẩu của Việt Nam đã có mặt tại hầu hết các thị trường trong khu vực Trung Đông với tổng kim ngạch xuất khẩu năm 2020 đạt 76,3 triệu USD, chiếm 55,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của khu vực này. Trong đó, Các Tiểu vương quốc Ả-rập thống nhất (UAE) là thị trường nhập khẩu nhiều nhất (nhập khẩu 30,4 triệu USD năm 2020), tiếp theo là Ả-rập Xê-Út (nhập khẩu 5,7 triệu USD năm 2020).

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 25%.

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu: Khu vực thị trường này không có nhiều rào cản kỹ thuật và thuế quan nhưng yêu cầu sản phẩm phải có chứng nhận Halal. Vì thế, muốn xuất khẩu vào UAE, Kuwait hay thị trường Trung Đông, các doanh nghiệp cần chú ý yêu cầu về chứng nhận tiêu chuẩn Halal. Từ năm 2017, tất cả sản phẩm Halal xuất khẩu sang các nước GCC (UAE, Kuwait, Oman, Qatar, Saudi Arabia, Bahrain) phải được chứng nhận từ các tổ chức được công nhận bởi GAC/ESMA (Cơ quan Tiêu chuẩn đo lường và Đo lường của UAE). Nếu có chứng nhận này, sản phẩm Việt Nam sẽ tăng cơ hội cạnh tranh với sản phẩm khác, tăng đối tượng sử

dụng, tham gia vào chuỗi cung ứng nguyên liệu và sản phẩm Halal trên thế giới.

### **5.5. Ấn Độ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Ấn Độ năm 2020 là hơn 27 nghìn tấn, trị giá 86,3 triệu USD, giảm 7% về lượng và giảm 8% giá trị so với năm 2019, chiếm 6% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Ấn Độ năm 2020 là 28,3 triệu USD, chiếm 32,8% tổng kim ngạch nhập khẩu hồ tiêu của Ấn Độ.

- Những mặt hàng hồ tiêu Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu: chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411- dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 59%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 85%).

### **5.6. Nhật Bản**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Nhật Bản năm 2020 là 41,6 triệu USD, chiếm 2,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 11,4 triệu USD, chiếm 27,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 89%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 57%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Quy định về an toàn thực phẩm: tuân thủ các mức dư lượng này theo Luật Vệ sinh Thực phẩm.

+ Trước khi hàng đến, các nhà xuất khẩu phải thông báo cho các trạm kiểm dịch tại địa điểm nhập khẩu biết thông qua hệ thống điện tử do Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội quản lý.

+ Chứng nhận Nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, SA 8000).

### **5.7. Hàn Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Hàn Quốc năm 2020 là 22,8 triệu USD, chiếm 1,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 16,3 triệu USD, chiếm 71,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411- dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 46%).

### **5.8. Liên bang Nga**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Liên bang Nga năm 2020 là 23,9 triệu USD, chiếm 1,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Liên bang Nga năm 2020 là 18,7 triệu USD, chiếm 78,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Liên bang Nga.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 34%).

## **5.9. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Úc năm 2020 là 17,5 triệu USD, chiếm 1,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 8,6 triệu USD, chiếm 48,8% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm này của Úc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 62%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 15%).

## **5.10. New Zealand**

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào New Zealand năm 2020 là 2 triệu USD, chiếm 61,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của New Zealand.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 28%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 46%).

## **5.11. Canada**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Canada năm 2020 là 38,5 triệu USD, chiếm 2,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 19,2 triệu USD, chiếm 49,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của Canada (38,5 triệu USD)

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 49%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 68%).

## **5.12. Mexico**

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Mexico năm 2020 là 5,2 triệu USD, chiếm 50,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Mexico (10,4 triệu USD).

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 89%) và Hồ tiêu: đã xay hoặc đã nghiền (HS 090412 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 54%).

## **5.13. Châu Phi**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Châu Phi năm 2020 là 100,7 triệu USD, chiếm 7% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào châu Phi năm 2020 là 40 triệu USD,

chiếm 39,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 32%).

#### **5.14. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu hồ tiêu của Trung Đông năm 2020 là 138,3 triệu USD, chiếm 9,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu hồ tiêu của Việt Nam vào Trung Đông năm 2020 là 76,3 triệu USD, chiếm 55,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hồ tiêu chưa xay hoặc chưa nghiền (HS 090411 - dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 25%).

### **6. Cà phê**

#### **6.1. Hoa Kỳ**

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 254,9 triệu USD, chiếm 4,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ. Năm 2020, Hoa Kỳ là thị trường nhập khẩu cà phê lớn nhất thế giới với hơn 1,5 triệu tấn cà phê, trị giá gần 5,7 tỷ USD, chiếm 18,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu. Theo dự báo của Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ tháng 6/2021, nhập khẩu cà phê của Hoa Kỳ sẽ giảm nhẹ trong niên vụ 2021/2022, nhập khẩu cà phê nhân sẽ giảm trong khi cà phê rang xay và hòa tan tăng. Nhu cầu tiêu thụ nội địa sẽ tăng lên, đặc biệt khi nền kinh tế hồi phục.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffeine (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 63%.

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu và một số lưu ý: Người tiêu dùng cũng như ngành công nghiệp cà phê ngày càng yêu cầu khắt khe trong vấn đề truy xuất nguồn gốc. Các tiêu chuẩn sản xuất phổ biến trên thị trường cà phê Hoa Kỳ là Fairtrade, USDA Organic, Rainforest Alliance / UTZ Certified, Bird Friendly, Carbon Neutral, Organic và Direct Trade.

- Lưu ý khác: Hiện tại việc xuất khẩu trong thời gian tới vẫn gặp khó khăn do tình trạng tắc nghẽn tại các cảng Los Angeles và Long Beach ở khu vực bờ Tây nước Hoa Kỳ được dự đoán sẽ căng thẳng hơn trong những tháng tới khi lượng hàng hóa nhập khẩu tăng lên nhanh chóng.

#### **6.2. EU**

- Năm 2020, tổng nhu cầu nhập khẩu cà phê của EU là 14,73 tỷ USD, chiếm 47,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào EU năm 2020 là 1,08 tỷ USD, chiếm 7,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU. Các thị trường nhập khẩu cà phê Việt Nam lớn nhất tại EU là Đức, Italia, Tây Ban Nha, Bỉ, Pháp, Ba Lan. Theo dự báo của USDA (tháng 6/2021), nhập khẩu của EU niên vụ 2021/2022 được dự báo là 42,5 triệu bao, tiêu thụ nội địa là 41,4 triệu bao trong khi tồn kho dự kiến sẽ giảm 2,1 triệu xuống 14,0 triệu bao. Hiện nay nhiều nước châu Âu đã nới lỏng giãn cách xã hội, nhiều quán cà phê đã được mở cửa trở lại, hứa hẹn tiêu thụ cà phê tăng lên. Sự quan tâm thị trường EU đối với các loại cà phê chất lượng cao cũng là cơ hội lớn cho các nhà xuất khẩu cà phê. Cà phê Việt Nam nên hướng tới các thị trường ngách như Bắc Âu,

Đông Âu với số lượng chuỗi các cửa hàng cà phê đang không ngừng gia tăng.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 62%.

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Sản phẩm cần đáp ứng các quy định về truy xuất nguồn gốc, vệ sinh và kiểm soát an toàn thực phẩm được quy định cụ thể tại Luật Thực phẩm chung Châu Âu [http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/index\\_en.htm](http://ec.europa.eu/food/food/foodlaw/index_en.htm) và Quy định về dư lượng bảo vệ thực vật tối đa (MRLs) được quy định cụ thể tại: <http://ec.europa.eu/food/plant/pesticides/eu-pesticides-database/public/?event=homepage&language=EN>

+ Phần lớn khách hàng châu Âu sẽ yêu cầu chứng nhận Sáng kiến An toàn Thực phẩm Toàn cầu (GFSI); trong đó phổ biến nhất là:

- Tiêu chuẩn thực phẩm quốc tế (IFS)
- Tiêu chuẩn toàn cầu về an toàn thực phẩm của Hiệp hội bán lẻ Anh quốc (BRCGS)
- Chứng nhận Hệ thống An toàn Thực phẩm (FSSC 22000)

Tuy nhiên, yêu cầu về giấy chứng nhận lại khác nhau giữa các nhà nhập khẩu EU. Ví dụ, khách hàng ở Anh thường yêu cầu BRCGS, trong khi IFS phổ biến hơn đối với các nhà bán lẻ Đức. Bên cạnh chứng nhận an toàn thực phẩm, khách hàng châu Âu còn có thể đến trực tiếp kiểm tra cơ sở sản xuất của doanh nghiệp xuất khẩu trong vòng một hoặc vài năm.

+ Ngoài ra, một số khách hàng EU có thể yêu cầu 1 số giấy chứng nhận khác như:

- Chứng nhận sản phẩm bền vững: Organic, Fairtrade và Rainforest Alliance;
- Tự xác minh: Doanh nghiệp tự đánh giá sự tuân thủ đối với quy tắc bền vững của người mua. Ví dụ như: Bộ luật Nông nghiệp Bền vững (SAC) của Unilever hoặc Điều lệ Sinh kế Olam Livelihood Charter.

- Lưu ý khác: Thị trường cà phê EU có tính cạnh tranh cao, đặc biệt là ở phân khúc phổ thông. Tuy nhiên, cơ hội trên thị trường đặc sản đang tăng lên, khi ngày càng nhiều người tiêu dùng châu Âu sẵn sàng trả giá cao hơn cho các loại cà phê chất lượng cao. Người tiêu dùng ở châu Âu cũng ngày càng yêu cầu cao hơn về cà phê được sản xuất bền vững. Ngành công nghiệp đã cố gắng đáp ứng nhu cầu thị trường này bằng cách áp dụng các tiêu chuẩn bền vững khác nhau. Đặc biệt là đối với nhập khẩu chính ngạch, chứng nhận đã trở thành một yêu cầu gia nhập thị trường. Một số chứng nhận phổ biến nhất bao gồm: Fairtrade, Organic, 4C, Rainforest Alliance / UTZ, và các tiêu chuẩn công ty tư nhân như C.A.F.E. Practices của Starbucks và AAA của Nestlé.

### **6.3. Nhật Bản**

- Nhật Bản là quốc gia đứng thứ 7 thế giới về nhập khẩu cà phê, với lượng cà phê nhập khẩu năm 2020 là 398,9 nghìn tấn, trị giá gần 1,2 tỷ USD, chiếm 3,8% tổng nhập khẩu cà phê toàn thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 180,5 triệu USD, chiếm 15,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48%.



- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Quy định về an toàn thực phẩm: tuân thủ các mức dư lượng này theo Luật Vệ sinh Thực phẩm.

+ Trước khi hàng đến, các nhà xuất khẩu phải thông báo cho các trạm kiểm dịch tại địa điểm nhập khẩu biết thông qua hệ thống điện tử do Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội quản lý.

+ Chứng nhận Nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, SA 8000).

#### **6.4. Hàn Quốc**

- Chiếm 2,4% tổng nhập khẩu cà phê toàn thế giới (tương đương 176,6 nghìn tấn trị giá 737,8 triệu USD), Hàn Quốc là quốc gia đứng 11 thế giới về nhập khẩu mặt hàng này.

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 69,5 triệu USD, chiếm 9,4 % tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 65%.

#### **6.5. Trung Quốc**

- Năm 2020, Trung Quốc nhập khẩu 70,6 nghìn tấn cà phê, trị giá hơn 313 triệu USD, chiếm 1% tổng kim ngạch nhập khẩu cà phê thế giới (đứng thứ 18).

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 36 triệu USD chiếm 11,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Trung Quốc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 47%.

#### **6.6. Liên Bang Nga**

- Liên Bang Nga là quốc gia đứng thứ 12 thế giới về nhập khẩu cà phê, với lượng cà phê nhập khẩu năm 2020 gần 231 nghìn tấn, trị giá gần 651,7 triệu USD, chiếm 2,1% tổng giá trị nhập khẩu cà phê toàn thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Liên Bang Nga năm 2020 là 138,2 triệu USD chiếm 21,2% tổng kim ngạch của Liên Bang Nga.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 21% và cà phê tan (HS 210111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 5%.

#### **6.7. ASEAN**

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào ASEAN năm 2020 là 328,3 triệu USD chiếm 50,4% tổng kim ngạch cà phê của ASEAN.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48% và cà

phê tan (HS 210111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 50%.

#### **6.8. Ấn Độ**

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Ấn Độ năm 2020 là 34,6 triệu USD chiếm 32,1% tổng kim ngạch cà phê của Ấn Độ (107 triệu USD).

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 45%.

#### **6.9. Úc**

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 31,6 triệu USD chiếm 6,7% tổng kim ngạch nhập khẩu cà phê của Úc (473,6 triệu USD).

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 79%.

#### **6.10. Canada**

- Canada là quốc gia đứng thứ 5 thế giới về nhập khẩu cà phê, với trị giá nhập khẩu năm 2020 là 1,2 tỷ USD, chiếm 3,9% tổng giá trị nhập khẩu cà phê toàn thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 12,8 triệu USD chiếm 1,1% tổng kim ngạch nhập khẩu cà phê của Canada.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 94%.

#### **6.11. Châu Phi**

- Năm 2020, tổng nhu cầu nhập khẩu cà phê của Châu Phi là 681,3 triệu USD, chiếm 2,2% tổng nhập khẩu toàn thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào Châu Phi năm 2020 là 138,4 triệu USD chiếm 20,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Châu Phi.

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 90%.

#### **6.12. New Zealand**

- Kim ngạch xuất khẩu cà phê của Việt Nam vào New Zealand năm 2020 là 2,59 triệu USD, chiếm 3,5% tổng kim ngạch nhập khẩu cà phê của New Zealand (75,1 triệu USD).

- Những mặt hàng cà phê Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cà phê chưa rang xay và không khử caffein (HS 090111) với dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 87%.

### **7. Chè**

## 7.1. Hoa Kỳ

- Hoa Kỳ là quốc gia đứng thứ 2 thế giới về nhập khẩu chè. Năm 2020, tổng nhu cầu nhập khẩu của nước này đạt 105,6 triệu tấn chè, trị giá 473,8 triệu USD, giảm 3% về lượng so với năm 2019, chiếm 7,1% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 7 triệu USD, chiếm 1,5% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Hoa Kỳ.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 89%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 42%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Hoa Kỳ:

+ Đăng ký chứng nhận FDA: bất cứ nhà xuất khẩu nào nếu muốn đưa sản phẩm (thực phẩm, đồ uống, dược phẩm) của mình vào Hoa Kỳ đều phải tuân thủ những quy định của Cục FDA và có được giấy chứng nhận FDA. Doanh nghiệp phải đăng ký với FDA để được cấp mã số cơ sở thực phẩm FFR. Ngoài ra, cứ hai năm một lần, nghĩa là vào các năm chẵn các doanh nghiệp nước ngoài trong đó có các doanh nghiệp Việt Nam đang xuất hàng thực phẩm và đồ uống cho người và động vật vào thị trường Mỹ lại phải đăng ký lại Cơ sở sản xuất và Người đại diện tại Mỹ với Cục quản lý thực phẩm và dược phẩm Hoa Kỳ (FDA) để được cấp Mã số kinh doanh hợp lệ mới.

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Các quy định về SPS, an toàn vệ sinh thực phẩm, kiểm dịch động thực vật được ban hành, giám sát và thực thi bởi các cơ quan khác nhau. Cụ thể: (i) Cục quản lý Dược phẩm và Thực phẩm (FDA) chịu trách nhiệm cho hầu hết các giám sát An toàn thực phẩm thuộc thẩm quyền của Đạo luật Thực phẩm, Dược phẩm và Mỹ phẩm Liên bang Hoa Kỳ và pháp luật khác; FDA có trách nhiệm về bảo vệ người tiêu dùng chống lại sự không sạch sẽ, không an toàn, và gian lận khi gắn nhãn thực phẩm khác hơn là trong các lĩnh vực quy định của FSIS; (ii) Cơ quan Kiểm dịch và An toàn thực phẩm Hoa Kỳ (FSIS) có trách nhiệm đảm bảo rằng thịt, gia cầm và sản phẩm trứng được an toàn, lành mạnh, và nhãn chính xác; (iii) Bộ Nông nghiệp (USDA) có trách nhiệm kiểm tra sự an toàn của thịt và trứng, cũng như động vật và thực vật kiểm soát sâu bệnh, bao gồm cả kiểm tra kiểm dịch thực vật và động vật và dịch hại cây trồng; (iv) Cơ Quan Bảo Vệ Môi trường (EPA) có trách nhiệm quản lý thuốc trừ sâu, bao gồm đăng ký thuốc trừ sâu và sử dụng các thiết lập tương ứng với tiêu chuẩn. Các tổ chức này đóng một vai trò rất quan trọng về an toàn thực phẩm các loại khác nhau và trong các giai đoạn khác nhau.

+ Quy định về nhãn hàng hóa: việc ghi nhãn sản phẩm là một việc quan trọng và được quy định chặt chẽ bởi pháp luật. Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo quy định có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC - Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer

product Safety Commission CPSC), và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa.

+ Truy xuất nguồn gốc: Chương trình ghi nhãn nước xuất xứ (COOL) yêu cầu tên nước xuất xứ phải được ghi rõ trên nhãn của sản phẩm đối với một số mặt hàng nông sản.

## **7.2. Trung Quốc**

- Năm 2020, Trung Quốc đứng thứ 11 thế giới về nhập khẩu chè với hơn 43,3 triệu tấn, trị giá 180 triệu USD, chiếm 2,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 6 triệu USD, chiếm 3,3% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Trung Quốc.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 58%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 87%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Trung Quốc:

+ Giấy phép nhập khẩu: Hàng hóa khi nhập khẩu vào Trung Quốc cần xin giấy phép nhập khẩu. Đơn đăng ký hoặc xin cấp phép nhập khẩu thường được gửi đến Bộ Thương mại hoặc các đơn vị địa phương có thẩm quyền.

+ Chứng thư/giấy chứng nhận kiểm dịch phải do cơ quan chủ quản kiểm dịch của Việt Nam cấp và được bên bán/ xuất khẩu làm các thủ tục kiểm dịch trước khi ký hợp đồng/thỏa thuận thương mại với bên mua/ bên nhập khẩu.

+ Giấy chứng nhận kiểm dịch do nước xuất khẩu cấp.

## **7.3. Nhật Bản**

- Năm 2020, Nhật Bản nhập khẩu hơn 27,4 triệu tấn chè, trị giá 156,6 triệu USD, chiếm 2,4% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới (đứng thứ 14 thế giới)

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 1,2 triệu USD, chỉ chiếm 0,7% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Nhật Bản.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 81,6%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 99,6%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Quy định về an toàn thực phẩm: tuân thủ các mức dư lượng này theo Luật Vệ sinh Thực phẩm.

+ Trước khi hàng đến, các nhà xuất khẩu phải thông báo cho các trạm kiểm dịch tại địa điểm nhập khẩu biết thông qua hệ thống điện tử do Bộ Y tế và Phúc lợi xã hội quản lý.

+ Chứng nhận Nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, SA 8000).

#### **7.4. Hàn Quốc**

- Năm 2020, Hàn Quốc nhập khẩu hơn 1,3 triệu tấn chè, trị giá 21,2 triệu USD, chiếm 0,3% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 0,1 triệu USD, chiếm 0,4% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Hàn Quốc.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 97%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Hàn Quốc: Với các sản phẩm nông nghiệp và thực phẩm, Hàn Quốc có luật vệ sinh an toàn thực phẩm. Hàn nhập khẩu phải đăng ký với Cơ quan quản lý thuốc và thực phẩm Hàn Quốc (KFDA). Cơ quan này có trách nhiệm xây dựng các tiêu chuẩn vệ sinh thực phẩm, các yêu cầu về nhãn mác, bao gói.

#### **7.5. EU**

- Năm 2020, trị giá nhập khẩu chè của EU là gần 1,03 tỷ USD, chiếm 15,5% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào EU năm 2020 là 2,8 triệu USD, chỉ chiếm 0,3% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của EU.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 87%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 83%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang EU:

+ Quy định về an toàn thực phẩm

- Đáp ứng quy định về dư lượng thuốc bảo vệ thực vật/thuốc trừ sâu tối đa trong sản phẩm.

- Truy xuất nguồn gốc xuất xứ: Giấy chứng nhận HACCP cùng với việc áp dụng thực hành vệ sinh tốt (GHPs) và thực hành nông nghiệp tốt (GAPs). Đây là những tiêu chuẩn tự nguyện nhưng hiện nay đang được các nước EU áp dụng như tiêu chuẩn bắt buộc đối với các sản phẩm nhập khẩu.

+ Quy định kiểm dịch động thực vật: Giấy chứng nhận kiểm dịch thực phẩm của Cơ quan Giám định thực phẩm có thẩm quyền của nước sản xuất để đảm bảo không bị côn trùng và

bệnh tật.

+ Quy định về chất lượng thương mại và nhãn mác: Phần lớn các quy định thông thường đều tập trung đến phẩm chất, kích thước, trọng lượng và ghi nhãn bao bì. Quy định ghi nhãn mác yêu cầu các thông tin như: Nước xuất xứ, tên sản phẩm, chủng loại và số lượng. Những yêu cầu liên quan đến chất lượng thương mại là chủng loại, màu sắc, thời hạn sử dụng, hư hỏng bên ngoài và hình dạng của sản phẩm.

+ Các quy định về hệ thống quản lý tại đơn vị sản xuất như chứng nhận ISO 14001, hệ thống kiểm toán và quản lý sinh thái (EMAS), chứng nhận SA8000 cũng là điều kiện cần thiết để xuất khẩu sang thị trường EU.

+ Ngoài ra, EU còn ngày càng quan tâm đến các tiêu chuẩn phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp điển hình như môi trường và lao động.

+ Sản phẩm hữu cơ: Riêng đối với nông sản xuất khẩu cần thêm chứng nhận về nông nghiệp hữu cơ đối với đơn hàng hữu cơ.

## **7.6. Liên Bang Nga**

- Nga là một trong các quốc gia tiêu thụ chè đứng thứ 5 trên thế giới và cũng là nhà nhập khẩu lớn thứ 3 thế giới về trị giá nhập khẩu trong năm 2020, tỷ trọng nhập khẩu chè của Nga chiếm 6,2% tổng trị giá nhập khẩu chè trên toàn cầu. Năm 2019 Nga nhập khẩu tiêu dùng trong nước gần 150 ngàn tấn từ một số quốc gia Ấn Độ, Sri Lanka, Kenya, Trung Quốc và Việt Nam. Trong năm 2020, nhập khẩu chè của Nga đạt 151,5 nghìn tấn, trị giá 412,2 triệu USD. Tại Nga nhu cầu tiêu dùng sản phẩm trà chất lượng cao cũng như sản phẩm đạt chứng nhận quốc tế tại thị trường quốc tế rất lớn. Về chủng loại: Nga nhập khẩu nhiều nhất là chủng loại chè đen, trong 4 tháng đầu năm 2021 đạt 47,9 nghìn tấn, trị giá 137,5 triệu USD, tăng 4,2% về lượng và tăng 12,8% về trị giá so với cùng kỳ năm 2020. Ấn Độ, Kê-ni-a, Xri Lan-ca là 3 thị trường cung cấp chính mặt hàng chè đen cho Nga. Trung Quốc là thị trường cung cấp chính chủng loại chè xanh cho Nga, tỷ trọng nhập khẩu từ Trung Quốc chiếm 84,4% tổng lượng chè xanh nhập khẩu của Nga.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Liên Bang Nga năm 2020 là 24,9 triệu USD (gần 20 ngàn tấn), chiếm 6% tổng kim ngạch nhập chè của Liên Bang Nga, rất nhỏ so với thị trường chè nhập khẩu Nga, do đó vẫn còn rất nhiều cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu chè đẩy mạnh xuất khẩu tới thị trường Nga trong thời gian tới.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Sản phẩm Chè các loại, Chè Xanh, Chè đen Chè đặc sản giá trị gia tăng cao như sản phẩm đạt Organic, sản phẩm Trà Shan tuyết...

- Lưu ý khác: Do chủng loại chè xuất khẩu của Việt Nam vào thị trường Nga là chè sơ chế ở dạng thô, có chất lượng không cao, giá thấp nên mặc dù khối lượng xuất khẩu khá lớn nhưng trị giá vẫn ở mức thấp. Do đó, để đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường này doanh nghiệp cần đầu tư mạnh vào dây chuyền sản xuất, để đưa các sản phẩm chè sơ chế vào chế biến, xây dựng thương hiệu của doanh nghiệp, để tăng lợi nhuận cho doanh nghiệp.

## **7.7. ASEAN**

- Năm 2020, trị giá nhập khẩu chè của ASEAN là 219 triệu USD, chiếm 3,3% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào ASEAN năm 2020 là 16,7 triệu USD chiếm 7,6% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của ASEAN.

## **7.8. Ấn Độ**

- Năm 2020, trị giá nhập khẩu chè của Ấn Độ là 67,2 triệu USD, chiếm 1% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới (đứng thứ 27 thế giới).

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Ấn Độ năm 2020 là 5,3 triệu USD chiếm 7,9% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Ấn Độ.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 37%).

## **7.9. Úc**

- Tổng nhập khẩu chè của Úc năm 2020 đạt 101,3 triệu USD, chiếm 1,5% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới, là quốc gia đứng thứ 19 về nhập khẩu mặt hàng này. Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 136 nghìn USD chỉ chiếm 0,1% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Úc, là con số khá nhỏ so với tiềm năng xuất khẩu vào thị trường này.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 94%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 95%).

## **7.10. New Zealand**

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào New Zealand năm 2020 là 78 nghìn USD chiếm 0,3% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của New Zealand (26,5 triệu USD).

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 99%).

## **7.11. Canada**

- Năm 2020, trị giá nhập khẩu chè của Canada là 123,3 triệu USD, chiếm 1,9% tổng kim ngạch nhập khẩu chè thế giới (đứng thứ 18 thế giới).

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 157 nghìn USD chiếm 0,1% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Canada.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 100%); Chè đen - gói trên 3kg (HS:

090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 94%).

### **7.12. Châu Phi**

- Năm 2020, tổng nhu cầu nhập khẩu chè của Châu Phi là 956,7 triệu USD, chiếm 14,4% tổng nhập khẩu chè toàn thế giới.

- Kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào Châu Phi năm 2020 là 2 triệu USD chiếm 0,2% tổng kim ngạch nhập khẩu chè của Châu Phi.

- Những mặt hàng chè Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 100%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 74%).

### **7.13. Trung Đông**

- Năm 2020 kim ngạch xuất khẩu chè của Việt Nam vào khu vực này đạt 14,6 triệu USD, chiếm 1,2% tổng nhập khẩu chè của Trung Đông (1,3 tỷ USD, chiếm 19% tổng giá trị nhập khẩu toàn cầu). Trong đó Ả rập Xê Út và UAE năm 2020 lần lượt là 4,1 và 2,6 triệu USD.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Chè xanh - gói trên 3kg (HS: 090220, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 64%); Chè đen - gói trên 3kg (HS: 090240, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 35%).

## **8. Cao su và các sản phẩm từ Cao su**

### **8.1. Hoa Kỳ**

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 1,04 tỷ USD, chiếm 3,7% tổng kim ngạch nhập khẩu nhóm này của Hoa Kỳ. Năm 2020, Hoa Kỳ là quốc gia đứng đầu thế giới về nhập khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su, với tổng nhu cầu nhập khẩu là 28,5 tỷ USD, chiếm 15,9% tổng nhập khẩu của thế giới. Trong năm 2021, nhu cầu cao su của Hoa Kỳ có thể sẽ hồi phục khi các nhà đầu tư kỳ vọng vào gói kích thích kinh tế mới sẽ giúp nền kinh tế hồi phục; thị trường cũng được hỗ trợ bởi nhu cầu cao su tự nhiên của các nhà máy tăng mạnh do nhu cầu sử dụng thiết bị y tế tăng cao trong đại dịch. Nguồn cung cao su toàn cầu bị ảnh hưởng do tình trạng thiếu container vận chuyển. Việc Trung Quốc tăng cường dự trữ và dịch bệnh hoành hành cũng ảnh hưởng đến sản lượng cao su cung cấp ra thị trường. Vì vậy, các chuyên gia dự báo trong giai đoạn trung hạn từ năm 2021 -2024, giá cao su thế giới có thể sẽ bước vào chu kỳ tăng giá mới do nguồn cung cao su đang giảm dần. Đồng thời, theo báo cáo của Freedonia Focus Reports, nhu cầu cao su của Hoa Kỳ được dự báo sẽ tăng gần 1,1%/năm cho tới năm 2023, do nhu cầu gia tăng của các sản phẩm từ cao su và đây là cơ hội để cao su Việt Nam mở rộng thị phần và tăng trưởng kim ngạch.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TSNR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 80%); Sản phẩm may mặc và đồ phụ trợ may mặc (kể cả găng tay, găng hờ ngón và găng bao tay), dùng cho mọi mục đích, bằng cao su lưu hóa, trừ cao su cứng (HS: 401519, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 77%); Tấm cao su xông khói (HS: 400121, dung lượng thị



trường còn khả năng khai thác là 86%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Hoa Kỳ:

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Quy định về nhãn hàng hóa: việc ghi nhãn sản phẩm là một việc quan trọng và được quy định chặt chẽ bởi pháp luật. Một số sản phẩm có những quy định dán nhãn bắt buộc. Việc ghi sai hoặc thiếu nhãn sản phẩm theo quy định có thể bị từ chối nhập cảnh tại cảng, hoặc tệ hơn còn bị phạt vì vi phạm các quy định ghi nhãn của Hoa Kỳ. Việc quản lý và kiểm tra các quy định ghi nhãn do một số cơ quan chính phủ khác nhau ban hành và giám sát, bao gồm Ủy ban Thương mại công bằng (FTC - Federal Trade Commission), Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ (USDA), Cục Quản lý Thực phẩm và Dược phẩm (FDA), Ủy ban An toàn sản phẩm tiêu dùng (Consumer product Safety Commission CPSC), và nhiều cơ quan khác, tùy thuộc vào chủng loại hàng hóa.

## **8.2. Trung Quốc**

- Trung Quốc là quốc gia đứng thứ 2 thế giới về nhập khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su, với tổng nhu cầu nhập khẩu là 16,1 tỷ USD, chiếm 9% tổng nhập khẩu của thế giới.

- Năm 2020, tổng nhập khẩu hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp (mã HS: 400280) đạt 4,34 tỷ USD nhập khẩu vào Trung Quốc từ khắp nơi trên thế giới, tăng 35,2% so với cùng kỳ năm 2019. Theo đó, Việt Nam là thị trường cung cấp hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp lớn thứ 2 cho Trung Quốc với 1,3 tỷ USD, tăng 30% so với cùng kỳ năm 2019.

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 1,88 tỷ USD, chiếm 11,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Trung Quốc. Thị phần hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp của Việt Nam chiếm 29,98% trong tổng trị giá nhập khẩu hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp của Trung Quốc.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp (HS: 400280, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 63%); Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TNSR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 76%); Mủ cao su tự nhiên (HS: 400110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 72%); Tấm cao su xông khói (HS: 400121, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 86%); Hỗn hợp cao su tự nhiên và cao su tổng hợp (HS: 400280, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 63%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Trung Quốc:

Giấy phép nhập khẩu: Hàng hóa khi nhập khẩu vào Trung Quốc cần xin giấy phép nhập khẩu. Đơn đăng ký hoặc xin cấp phép nhập khẩu thường được gửi đến Bộ Thương mại hoặc các đơn vị địa phương có thẩm quyền.

- Lưu ý khác: Nhu cầu tiêu thụ cao su của Trung Quốc được dự báo phục hồi nhờ sản xuất trong nước đang bước vào giai đoạn tăng trưởng mạnh khi ngành công nghiệp ô tô được dự báo sẽ hồi phục từ Quý II/2021. Số liệu công bố của Hiệp hội các nhà sản xuất ô tô Trung Quốc

cho thấy, trong Quý I/2021, doanh số bán hàng của ngành công nghiệp ô tô Trung Quốc ước đạt 6,3 triệu chiếc, tăng 72,8% so với cùng kỳ năm 2020. Ngành ô tô Trung Quốc đã trở lại trạng thái trước khi dịch bệnh diễn ra. Việc các công ty sản xuất của Trung Quốc tiếp tục duy trì tỷ lệ hoạt động cao có lợi cho việc đẩy nhanh tốc độ mua nguyên liệu cao su. Đây là cơ hội để các doanh nghiệp Việt Nam đẩy mạnh xuất khẩu cao su sang thị trường này.

### **8.3. Nhật Bản**

- Năm 2020, trị giá nhập khẩu cao su của Nhật Bản là 4,23 tỷ USD, chiếm 2,4% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su thế giới (đứng thứ 10 thế giới).

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 225 triệu USD, chiếm 5,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TNSR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 71%); Lốp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 19%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Nhật Bản:

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông Nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Chứng nhận nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, chứng nhận SA 8000).

### **8.4. Hàn Quốc:**

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 135,1 triệu USD, chiếm 5,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc (trị giá nhập khẩu hơn 2,64 tỷ USD, đứng thứ 19 thế giới).

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TNSR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 41%); Lốp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 90%).

### **8.5. EU**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của EU năm 2020 đạt 56,48 tỷ USD, chiếm 31,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su của Việt Nam vào EU năm 2020 là 432,9 triệu USD, chiếm 0,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU và chiếm khoảng 3% tổng giá trị nhập khẩu từ các thị trường ngoại khối.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TNSR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 55%);

Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 85%); Sản phẩm may mặc và đồ phụ trợ may mặc (kể cả găng tay, găng hở ngón và găng bao tay), dùng cho mọi mục đích, bằng cao su lưu hóa, trừ cao su cứng (HS: 401519, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 38%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 50%); Lớp loại bơm hơi bằng cao su, chưa qua sử dụng (dùng cho xe đạp) (HS: 400150, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 36%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định về chất lượng thương mại và nhãn mác: Phần lớn các quy định thông thường đều tập trung đến phẩm chất, kích thước, trọng lượng và ghi nhãn bao bì. Quy định ghi nhãn mác yêu cầu các thông tin như: Nước xuất xứ, tên sản phẩm, chủng loại và số lượng. Những yêu cầu liên quan đến chất lượng thương mại là chủng loại, màu sắc, thời hạn sử dụng, hư hỏng bên ngoài và hình dạng của sản phẩm.

+ Các quy định về hệ thống quản lý tại đơn vị sản xuất như chứng nhận ISO 14001, hệ thống kiểm toán và quản lý sinh thái (EMAS), chứng nhận SA8000 cũng là điều kiện cần thiết để xuất khẩu sang thị trường EU.

+ Ngoài ra, EU còn ngày càng quan tâm đến các tiêu chuẩn phát triển bền vững, trách nhiệm xã hội của doanh nghiệp điển hình như môi trường và lao động.

## **8.6. Liên bang Nga**

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Liên bang Nga năm 2020 là 26,3 triệu USD chiếm 0,7% tổng nhập khẩu cao su của Liên Bang Nga (trị giá nhập khẩu hơn 3,61 tỷ USD, đứng thứ 13 thế giới).

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 82%); Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TSNR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 27%).

## **8.7. ASEAN**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của ASEAN năm 2020 đạt 12,64 tỷ USD, chiếm 7,1% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào ASEAN năm 2020 là 210,2 triệu USD chiếm 1,7% tổng nhập khẩu cao su của ASEAN.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Mủ cao su tự nhiên (HS: 400110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 95%); Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng còn khả năng khai thác là 58%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 401120, dung lượng còn khả năng khai thác là 32%); Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (HS: 400122, dung lượng còn khả năng khai thác là 3%).

## **8.8. Ấn Độ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của Ấn Độ năm 2020 đạt 2,61 tỷ USD, chiếm 1,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 21 thế giới).

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Ấn Độ năm 2020 là 123,9 triệu USD, chiếm 4,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của Ấn Độ. Tiêu thụ cao su thiên nhiên trên thị trường Ấn Độ năm qua đạt 1,018 triệu tấn, tăng so với 96.000 tấn của năm 2019.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 32%).

### **8.9. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của Úc năm 2020 đạt hơn 3,14 tỷ USD, chiếm 1,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 16 thế giới).

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 37,44 triệu USD chiếm 1,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của Úc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 14%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 63%).

### **8.10. New Zealand**

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào New Zealand năm 2020 là gần 7,1 triệu USD chiếm 1,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của New Zealand (trị giá 439,4 triệu USD).

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 4%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 77%).

### **8.11. Canada**

- Tổng nhập khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su của Canada năm 2020 đạt hơn 5,67 tỷ USD, là quốc gia đứng thứ 5 thế giới về nhập khẩu mặt hàng này (chiếm 3,2% tổng kim ngạch nhập khẩu thế giới). Trong khi đó, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 60,87 triệu USD chỉ chiếm 1,1% tổng kim ngạch nhập khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su của Canada, là con số khiêm tốn so với tiềm năng xuất khẩu vào thị trường này.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 75%); Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TSNR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 72%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 23%).

### **8.12. Mexico**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của Mexico năm 2020 đạt 5,62 tỷ USD, chiếm 3,1%

giá trị nhập khẩu toàn cầu (đứng thứ 7 thế giới).

- Kim ngạch xuất khẩu cao su của Việt Nam vào Mexico năm 2020 là 42,35 triệu USD, chỉ chiếm 0,8 tổng kim ngạch nhập khẩu cao su của Mexico.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 73%); Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TSNR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 70%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 77%).

### **8.13. Châu Phi**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của Châu Phi năm 2020 đạt 5,8 tỷ USD, chiếm 3,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Năm 2020, kim ngạch xuất khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su của Việt Nam sang châu Phi đạt gần 46,1 triệu tấn, chiếm 0,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của khu vực thị trường này.

- Những mặt hàng cao su Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 72%).

### **8.14. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu cao su của Trung Đông năm 2020 đạt 9,2 tỷ USD, chiếm 5,1% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Với thị trường Trung Đông, năm 2020 kim ngạch xuất khẩu cao su và các sản phẩm từ cao su của Việt Nam vào khu vực này đạt 117,6 triệu USD, chiếm 1,3% tổng nhập khẩu của Trung Đông. Trong đó Ả rập Xê Út và UAE năm 2020 lần lượt là 12,3 và 17,1 triệu USD.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Lớp cao su lưu hóa cho ô tô (HS: 401110, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 76%); Cao su tự nhiên đã định chuẩn về kỹ thuật (TSNR) (HS: 400122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 51%); Lớp ô tô cao su lưu hóa cho xe bus và xe tải (HS: 400120, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 59%).

## **9. Đồ gỗ**

### **9.1. Hoa Kỳ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Hoa Kỳ năm 2020 là 24,24 tỷ USD, chiếm 28,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam vào Hoa Kỳ năm 2020 là 8.567 triệu USD, chiếm 35,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hoa Kỳ.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Ghế ngồi có khung bằng gỗ (HS: 940169, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 22%); Đồ nội thất bằng gỗ phòng bếp (HS: 940340, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 22%); Gỗ dán, tấm gỗ dán ván lạng và các tấm ván gỗ ép tương tự (HS: 4412, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 5%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 2%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Hoa Kỳ:

+ Tất cả sản phẩm khi nhập khẩu đều phải có giấy chứng nhận quốc tế ISO 9002 và HACCP.

+ Nhà xuất khẩu phải có Hồ sơ lâm sản. Đây là chứng từ bắt buộc đối với hồ sơ xuất khẩu gỗ và sản phẩm lâm sản nói chung. Ngoài ra nhà xuất khẩu phải đặc biệt lưu ý đến nguồn gốc hợp pháp của gỗ khi xuất khẩu sang Hoa Kỳ.

- Lưu ý khác: Dự kiến, doanh số bán đồ nội thất và bộ đồ giường ngủ của Hoa Kỳ sẽ đạt 143 tỷ USD trong 5 năm tới, tăng gần 25,5% kể từ năm 2020. Trong đó, sản phẩm sofa sẽ đạt doanh thu 22 tỷ USD, giường ngủ ở mức 21 tỷ USD; các dòng nội thất cho phòng trẻ em, giải trí, phòng ăn, nhà bếp đều tăng trên 20%. Thị trường nhà ở Hoa Kỳ tăng trưởng mạnh, kéo theo nhu cầu về đồ nội thất gia đình tăng. Đây là cơ hội lớn cho các thị trường cung cấp đồ nội thất bằng gỗ, trong đó có Việt Nam. Nhu cầu về văn phòng tại nhà vẫn cao do người đi làm và học sinh, sinh viên làm việc, học tập tại nhà. Bàn, ghế, tủ tài liệu và tủ sách là những sản phẩm quan trọng cho không gian làm việc chuyên nghiệp tại nhà. Bàn điều khiển tivi, bàn cafe vẫn là những mặt hàng trọng tâm đối với hạng mục phòng khách. Bàn ghế ăn thông dụng vẫn là mặt hàng bán chạy bởi nhiều gia đình dành nhiều thời gian hơn để ăn uống và giải trí tại nhà...

Tuy nhiên, theo nhận định của các chuyên gia, tăng trưởng trong xuất khẩu của ngành gỗ còn tiềm ẩn một số khía cạnh chưa bền vững, thậm chí rủi ro, đặc biệt là các vấn đề có liên quan đến tính hợp pháp của gỗ nguyên liệu đầu vào nguồn gốc từ nhập khẩu và gian lận thương mại. Do lượng gỗ rủi ro nhập khẩu vào Việt Nam hàng năm vẫn rất lớn; gian lận thương mại trong khâu xuất, nhập khẩu và đầu tư nước ngoài. Đáng chú ý, một số mặt hàng bị Mỹ áp thuế chống bán phá giá và chống trợ cấp cao ở các nước khác, đã và đang có xu hướng chuyển dịch sang Việt Nam như mặt hàng tủ bếp, tủ nhà tắm hay mặt hàng ghế ngồi bọc nệm.

## **9.2. Trung Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Trung Quốc năm 2020 là 3,6 tỷ USD, chiếm 4,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu đồ gỗ của Việt Nam vào Trung Quốc năm 2020 là 1.241,7 triệu USD, chiếm 34,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của Trung Quốc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Dăm gỗ (HS: 440122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 58%); Gỗ xẻ (HS: 440799, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 52%); Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 75%); Ghế ngồi có khung bằng gỗ (HS: 940169, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 67%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 73%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu sang Trung Quốc:

Giấy phép nhập khẩu: Hàng hóa khi nhập khẩu vào Trung Quốc cần xin giấy phép nhập khẩu. Đơn đăng ký hoặc xin cấp phép nhập khẩu thường được gửi đến Bộ Thương mại hoặc các đơn vị địa phương có thẩm quyền.

### **9.3. Nhật Bản**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Nhật Bản năm 2020 là 5 tỷ USD, chiếm 5,9% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Nhật Bản năm 2020 là 1.124,8 triệu USD, chiếm 22,5% tổng kim ngạch nhập khẩu của Nhật Bản.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Dăm gỗ (HS: 440122, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 16%); Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 17%); Gỗ dán, tấm gỗ dán ván lạng và các tấm ván gỗ ép tương tự (HS: 4412, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 67%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 26%).

- Chứng chỉ/điều kiện xuất khẩu:

+ Quy định chất lượng thương mại và ghi nhãn mác: Nhật Bản đòi hỏi sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các quy định trong Luật vệ sinh Thực phẩm, Luật tiêu chuẩn Nông nghiệp của Nhật Bản và Luật đo lường.

+ Chứng nhận Nông sản xuất khẩu: chứng nhận về môi trường, chứng nhận ISO 14001, chứng nhận về xã hội (FairTrade, SA 8000).

### **9.4. Hàn Quốc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Hàn Quốc năm 2020 là 2,03 tỷ USD, chiếm 2,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Hàn Quốc năm 2020 là 818,3 triệu USD, chiếm 40,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của Hàn Quốc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 66%); Ghế khác, có khung bằng gỗ, đã nhồi đệm (HS: 940161, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48%); Đồ nội thất văn phòng (HS: 940330, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 53%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 68%).

### **9.5. EU**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của EU năm 2020 là 24,85 tỷ USD, chiếm 29,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào EU năm 2020 là 535 triệu USD, chiếm 2,2% tổng kim ngạch nhập khẩu của EU và 3,34% tổng giá trị nhập khẩu từ thị trường ngoại khối. Xuất khẩu đồ nội thất phòng khách và phòng ăn của Việt Nam dẫn đầu về kim ngạch xuất khẩu tới thị trường EU trong những tháng đầu năm 2021, tuy nhiên so với nhu cầu nhập khẩu trung bình 24,2 tỷ USD/năm trong giai đoạn năm 2016 - 2020 thì kim ngạch xuất khẩu đồ nội thất phòng khách và phòng ăn của Việt Nam tới EU vẫn còn thấp. Do đó, các doanh nghiệp cần đẩy mạnh xuất khẩu mặt hàng này trong thời gian tới.

- Những mặt hàng gỗ Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 74%); Ghế khác, có khung bằng gỗ, đã nhồi đệm (HS: 940161, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 73%); Đồ nội thất bằng gỗ phòng bếp (HS: 940340, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 66%); Ghế ngồi có khung bằng gỗ (HS: 940169, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 36%).

- Các quy định, tiêu chuẩn kỹ thuật đối với hàng gỗ và sản phẩm gỗ vào EU:

+ Thực thi Luật pháp, Quản lý và Thương mại lâm sản (FLEGT)

+ Quy chế Gỗ của EU (EUTR)

Quy chế này nghiêm cấm việc đưa vào thị trường các nguyên liệu gỗ khai thác trái phép hoặc các sản phẩm làm từ những nguyên liệu này. EUTR áp dụng trên toàn bộ thị trường của khối Liên minh.

EUTR yêu cầu đơn vị nhập khẩu phải thực hiện hệ thống trách nhiệm giải trình để giảm thiểu rủi ro đưa gỗ bất hợp pháp vào EU. Hệ thống trách nhiệm giải trình bao gồm ba yêu cầu chính: Cung cấp nguồn truy cập thông tin về nguồn gốc gỗ, đánh giá rủi ro về gỗ bất hợp pháp trong chuỗi cung ứng, biện pháp giảm thiểu rủi ro đã được xác định.

Gỗ và các sản phẩm gỗ có giấy phép của FLEGT hoặc của Công ước về buôn bán quốc tế các loài động vật, thực vật hoang dã nguy cấp (CITES) được coi là tuân thủ các yêu cầu của quy định này và được nhập vào thị trường EU mà không cần thực hiện trách nhiệm giải trình nguồn gốc gỗ.

+ Dấu CE đối với các sản phẩm gỗ được sử dụng trong xây dựng

Gỗ hoặc các sản phẩm gỗ được sử dụng trong các công trình xây dựng sẽ phải được gắn dấu CE; áp dụng cho cửa sổ, cửa ra vào, khung, sàn công nghiệp và sàn gỗ, cầu thang, gỗ dán, gỗ dán (ván ép), gỗ ốp và gỗ kết.

+ Quy định về Đăng ký, đánh giá, cấp phép và hạn chế hóa chất trong gỗ (REACH)

Các chất bảo quản asen, creosote và thủy ngân được sử dụng để ngăn ngừa phân hủy và cải thiện độ bền của gỗ, đặc biệt là sử dụng trong các ứng dụng ngoài trời. Quy định REACH không cho phép sử dụng các chất bảo quản này, trừ một số trường hợp ngoại lệ như gỗ được sử dụng trong lắp đặt công nghiệp hoặc làm tà vẹt đường sắt.



Châu Âu áp dụng một số hạn chế đối với gỗ và các sản phẩm gỗ (ví dụ: cửa ra vào, khung cửa sổ và các bộ phận sàn) được xử lý bằng một số loại dầu, vecni keo và sơn mài có thể chứa các chất có hại. Các sản phẩm sơn không được đưa ra thị trường nếu nồng độ cadmium bằng hoặc lớn hơn 0,1% trọng lượng của sơn trên vật phẩm được sơn. Ngoài ra cũng có những hạn chế cho việc sử dụng hóa chất trong chế biến.

#### **9.6. Liên Bang Nga**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Liên Bang Nga năm 2020 là 539,6 triệu USD, chiếm 0,6% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Liên Bang Nga năm 2020 là 11,3 triệu USD, chiếm 2,1% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 96%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 75%).

#### **9.7. ASEAN**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của ASEAN năm 2020 là 2,88 tỷ USD, chiếm 3,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào ASEAN năm 2020 là 200,1 triệu USD, chiếm 7% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 94%); Ghế ngồi có khung bằng gỗ (HS: 940169, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 90%); Gỗ dán, tấm gỗ dán ván lạng và các tấm ván gỗ ép tương tự (HS: 4412, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 33%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 92%).

#### **9.8. Ấn Độ**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Ấn Độ năm 2020 là 339,1 triệu USD, chiếm 0,4% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Ấn Độ năm 2020 là 25 triệu USD, chiếm 7,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 100%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 98%).

#### **9.9. Úc**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Úc năm 2020 là 1,87 tỷ USD, chiếm 2,2% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Úc năm 2020 là 179,3 triệu USD, chiếm 9,6% tổng kim ngạch nhập khẩu của Úc.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 57%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 27%).

#### **9.10. New Zealand**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của New Zealand năm 2020 là 296,3 triệu USD, chiếm 0,3% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào New Zealand năm 2020 là 33,4 triệu USD, chiếm 11,3% tổng kim ngạch nhập khẩu của New Zealand.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 42%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 25%).

#### **9.11. Canada**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Canada năm 2020 là 2,42 tỷ USD, chiếm 2,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Canada năm 2020 là 331,4 triệu USD, chiếm 13,7% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Việt Nam đang có lợi thế về giá và chất lượng đồ gỗ nội thất, hiện mới chiếm gần 4% thị phần nhập khẩu của Canada. Thuế dành cho mặt hàng đồ gỗ nội thất sang Canada trong CPTPP được giảm từ 9,5% xuống 0% ngay sau khi Hiệp định có hiệu lực (trừ ghế gỗ dùng trong nhà thuế giảm dần về 0% sau 6 năm). Việt Nam là nhà xuất khẩu lớn nhất về đồ gỗ phòng ngủ vào Canada (chiếm gần 30% thị phần). Canada đang tiêu thụ 166 triệu USD đồ gỗ của Việt Nam. Canada có nhiều doanh nghiệp sản xuất và cung cấp sản phẩm đồ gỗ cho toàn bộ thị trường Bắc Mỹ và đang quan tâm nhiều đến đồ gỗ cung cấp cho khách sạn cao cấp tại Hoa Kỳ và Canada.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Ghế khác, có khung bằng gỗ, đã nhồi đệm (HS: 940161, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 57%); Đồ gỗ nội thất khác và bộ phận của chúng (HS: 940390, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 48%); Ghế ngồi có khung bằng gỗ (HS: 940169, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 50%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 40%).

- Lưu ý khác: Sản phẩm gỗ xuất sang Canada nên chú trọng đến chất liệu chịu được tác động của thay đổi khí hậu, thời tiết. Màu sắc, chất lượng hàng giao phải đúng với mẫu mã, nếu có thay đổi phải báo trước. Khi gặp hồng hóc, gãy đổ trong quá trình vận chuyển cần nhanh chóng khắc phục. Đồ gỗ nội thất là mặt hàng có khả năng phát triển ở Canada trong mối quan hệ có đi có lại giữa ngành công nghiệp 2 nước thông qua việc hợp tác giữa các hiệp hội gỗ Canada và hiệp hội gỗ Việt Nam. Các công ty sản xuất đồ nội thất Việt Nam có thể mua gỗ từ Canada làm nguyên liệu sản xuất sản phẩm xuất khẩu ra toàn thế giới, trong đó có Canada.

### **9.12. Mexico**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Mexico năm 2020 là 557 triệu USD, chiếm 0,7% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Mexico năm 2020 là 37,6 triệu USD, chiếm 6,8% tổng kim ngạch nhập khẩu của thị trường này. Trong CPTPP, Mexico cam kết về thuế quan đối với gỗ và các sản phẩm gỗ Việt Nam theo 02 nhóm: (i) xoá bỏ thuế quan ngay khi Hiệp định có hiệu lực với đa số (102/169) các dòng thuế gỗ và các sản phẩm gỗ của Việt Nam và (ii) cắt giảm và xoá bỏ thuế quan theo lộ trình 5 năm (11/169 dòng thuế như một số loại gỗ dán, nút và nắp đậy bằng gỗ...), hoặc 10 năm (56/169 dòng thuế như gậy tre, đã hoặc chưa tiện tròn; gỗ ván và viên dăm gỗ trang trí để làm sàn; ván dăm, ván dăm định hướng và các loại ván tương tự; khung ảnh bằng gỗ; thùng gỗ; cửa sổ và cửa ra vào; đồ nội thất bằng gỗ...) kể từ khi Hiệp định có hiệu lực. So sánh với mức thuế MFN mà Mexico áp dụng trước đó cho tất cả các nước thành viên WTO (6,36% đối với các sản phẩm gỗ Chương 44; 12,5% đối với đồ nội thất bằng gỗ có mã HS. 9403.30-60), có thể thấy CPTPP mang lại lợi ích thuế đáng kể cho gỗ và các sản phẩm gỗ Việt Nam xuất khẩu sang Mexico.

- Những mặt hàng gỗ Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Bộ phận của ghế (HS: 940190, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 93%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 61%).

### **9.13. Châu Phi**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Châu Phi năm 2020 là 1,55 tỷ USD, chiếm 1,8% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Nam Phi năm 2020 là 14 triệu USD, chiếm 0,9% tổng kim ngạch nhập khẩu của khu vực thị trường này.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Đồ gỗ nội thất phòng ngủ (HS: 940350, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 93%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 84%).

### **9.14. Trung Đông**

- Tổng nhu cầu nhập khẩu đồ gỗ của Trung Đông năm 2020 là 4,7 tỷ USD, chiếm 5,5% giá trị nhập khẩu toàn cầu.

- Với thị trường Trung Đông, kim ngạch xuất khẩu gỗ của Việt Nam vào Châu Phi năm 2020 là 112,8 triệu USD, chiếm 2,4% tổng kim ngạch nhập khẩu của khu vực thị trường này, trong đó Ả rập Xê Út và UAE lần lượt là 38,2 và 21,9 triệu USD.

- Những mặt hàng Việt Nam có khả năng xuất khẩu gồm: Ghế khác, có khung bằng gỗ, đã nhồi đệm (HS: 940161, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 80%); Đồ gỗ nội thất khác và bộ phận của chúng (HS: 940390, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 87%); Đồ gỗ nội thất khác (HS: 940360, dung lượng thị trường còn khả năng khai thác là 86%).

## **10. Khuyến nghị những hình thức Xúc tiến xuất khẩu phù hợp đối với ngành hàng nông, lâm, thủy sản xuất khẩu**

Trên cơ sở nhu cầu và năng lực tham gia xúc tiến xuất khẩu của các doanh nghiệp và đề xuất của các hiệp hội ngành hàng, Bộ Công Thương định hướng một số hình thức xúc tiến thương mại đối với ngành hàng như sau:

**Thủy sản:** Tăng cường hoạt động tuyên truyền quảng bá xây dựng và giữ vững hình ảnh và uy tín xuất khẩu tại các thị trường truyền thông như EU, Hoa Kỳ, Nhật Bản...; tiếp tục tiếp cận các kênh phân phối quốc tế thông qua việc lựa chọn tham gia các hội chợ triển lãm chuyên ngành có uy tín của khu vực thị trường; tổ chức tuần hàng và trưng bày sản phẩm tại các hệ thống siêu thị nước ngoài; đẩy mạnh tiếp cận khách hàng thông qua các kênh thương mại điện tử đối với các thị trường phát triển; tổ chức các hoạt động kết nối giao thương, tìm hiểu khách hàng đối với thị trường mới.

**Gạo:** Đẩy mạnh hoạt động quảng bá thương hiệu gạo tại các thị trường tiềm năng; triển khai các hoạt động giới thiệu, biểu diễn sản phẩm tại các sự kiện XTTM ngành thực phẩm, văn hóa ẩm thực quốc tế; tổ chức các đoàn giao thương xúc tiến xuất khẩu tại các thị trường tiềm năng; tổ chức hội nghị quốc tế về gạo, mời các nhà nhập khẩu vào Việt Nam mua hàng.

**Rau quả:** Lựa chọn và tham gia quảng bá tại các sự kiện XTTM, hội chợ triển lãm chuyên ngành rau quả lớn tại các khu vực thị trường, tăng cường quảng bá chất lượng và tính đa dạng về sản phẩm rau quả chế biến mới; đầu tư thiết kế mẫu mã, bao bì sản phẩm, từng bước tạo nhu cầu về sản phẩm rau quả, trái cây của Việt Nam đối với người tiêu dùng trên thị trường mục tiêu, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại kết hợp xúc tiến đầu tư chế biến công nghệ cao.

**Hạt điều:** Quảng bá tiềm năng và uy tín ngành điều xuất khẩu của Việt Nam, tăng cường hoạt động quảng bá, XTTM trên các kênh thương mại điện tử; tham gia các hoạt động giao thương, hội nghị quốc tế ngành điều để duy trì quan hệ khách hàng và tăng cường trao đổi thông tin, điều kiện mua bán với các bạn hàng quốc tế.

**Hồ tiêu:** Quảng bá tiềm năng xuất khẩu ngành hồ tiêu Việt Nam, tham gia và tiếp cận khách hàng thông qua các hội nghị quốc tế ngành hồ tiêu, ngành gia vị trên thế giới, các hội chợ triển lãm chuyên ngành; tổ chức đón các nhà nhập khẩu vào Việt Nam để giới thiệu quảng bá khả năng cung ứng sản phẩm hồ tiêu Việt Nam; tăng cường công tác thông tin nghiên cứu thị trường để có sự chuẩn bị ứng phó linh hoạt với sự thay đổi của thị trường để tận dụng cơ hội xuất khẩu hiệu quả, nâng cao chất lượng sản phẩm và năng lực cạnh tranh của doanh nghiệp xuất khẩu hồ tiêu.

**Cà phê:** Đẩy mạnh hoạt động tuyên truyền quảng bá thương hiệu, chỉ dẫn địa lý của các sản phẩm cà phê Việt Nam; tích cực trưng bày, quảng bá, biểu diễn sản phẩm tại các hội nghị quốc tế để tiếp cận trực tiếp người tiêu dùng; tham gia các hoạt động triển lãm chuyên ngành, các chương trình giao thương kết nối nhà nhập khẩu trực tiếp và trực tuyến.

**Chè:** Triển khai các hoạt động tuyên truyền quảng bá về chất lượng và xây dựng uy tín về ngành chè Việt Nam gắn với các câu chuyện của sản phẩm, văn hóa chè; quảng bá thông qua các cuộc thi quốc tế thường niên về pha chế chè để tiếp cận người tiêu dùng các nước một cách trực tiếp. Tham gia các hội chợ triển lãm chuyên ngành, các hoạt động giao thương trực tiếp, trực

tuyên, quảng bá xúc tiến xuất khẩu trên các sàn thương mại điện tử.

**Cao su:** Đẩy mạnh quảng bá thương hiệu ngành cao su, thương hiệu sản phẩm cao su Việt Nam tại thị trường xuất khẩu tiềm năng; tăng cường các hoạt động kết nối trực tiếp B2B để xúc tiến bán hàng trực tiếp sang các thị trường lớn, thị trường truyền thống, tổ chức các chương trình nghiên cứu thị trường, tìm hiểu nhu cầu, tiếp cận khách hàng tại các thị trường mới.

**Đồ gỗ:** Tăng cường tuyên truyền quảng bá nhằm giữ vững và phát triển hình ảnh về ngành gỗ xuất khẩu Việt Nam đã có trên thị trường quốc tế, đặc biệt thị trường Hoa Kỳ; tham gia hội chợ triển lãm chuyên ngành đồ gỗ nội ngoại thất có uy tín; mời các nhà nhập khẩu vào Việt Nam thăm quan nhà máy qua đó vừa quảng bá năng lực sản xuất, vừa phát triển quan hệ khách hàng và giao dịch đơn hàng; gia tăng đầu tư vào nghiên cứu, thiết kế mẫu mã, phát triển sản phẩm để nâng cao giá trị gia tăng xuất khẩu./.

- Bộ tài liệu 09 ngành hàng hướng dẫn doanh nghiệp xuất khẩu sang thị trường EU đã được Vụ Thị trường châu Âu - châu Hoa Kỳ phát hành năm 2020

<https://goglobal.moit.gov.vn/vi/phat-hanh-bo-tai-lieu-thong-tin-9-nganh-hang-xuat-khau-chu-luc-va-tiem-nang-sang-thi-truong-eu.html>

- “Cẩm nang hướng dẫn xuất khẩu nông sản sang thị trường Trung Quốc” do Bộ Công Thương đã biên soạn và phát hành năm 2020.

**Mã QR để tải xuống**

