

KẾ HOẠCH
Phát triển thị trường và xúc tiến thương mại nông sản năm 2021

Để định hướng công tác chỉ đạo và tổ chức triển khai thực hiện tốt công tác phát triển thị trường và xúc tiến thương mại nông sản năm 2021, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn ban hành kế hoạch với nội dung cụ thể như sau:

A. KẾT QUẢ CÔNG TÁC PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG VÀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2020

I. ĐÁNH GIÁ CHUNG

Năm 2020 là một năm thử thách cho ngành nông nghiệp khi phải đối mặt với những khó khăn kép do đại dịch Covid-19 diễn biến phức tạp trên toàn cầu; các hình thái thời tiết cực đoan; thiên tai gây thiệt hại cả về người và nhiều diện tích cây trồng, vật nuôi; dịch bệnh trên gia súc gia cầm gây thiệt hại nặng nề cho sản xuất chăn nuôi; thị trường tiêu thụ một số mặt hàng nông sản có xu hướng giảm và chịu tác động từ chiến tranh thương mại giữa các nền kinh tế lớn, các nước phát triển có xu hướng bảo vệ sản xuất trong nước thông qua việc tăng cường các hàng rào kỹ thuật khiến cho xuất khẩu nông sản gặp nhiều trở ngại, nhập khẩu nguyên liệu phục vụ sản xuất nông nghiệp cũng khó khăn làm ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất trong nước.

Tuy nhiên, với sự quan tâm cao và hỗ trợ, chỉ đạo kịp thời của Trung ương, Quốc hội, Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ, sự phối hợp chặt chẽ của các cấp bộ ngành, địa phương, cộng đồng doanh nghiệp và địa phương, Ngành nông nghiệp đã nỗ lực, quyết liệt triển khai các giải pháp nhằm phát huy các lợi thế trong chuyển đổi mô hình tăng trưởng, tham gia tích cực các định chế thương mại quốc tế nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm nông nghiệp, kịp thời điều chỉnh phương thức và hình thức tổ chức thực hiện công tác phát triển thị trường nông sản phù hợp với diễn biến thị trường và tiếp cận sâu hơn với nhu cầu của địa phương, người sản xuất, doanh nghiệp. Với những nỗ lực đó, giá cả các mặt hàng nông sản thiết yếu trong nước được kiểm soát và hạn chế tình trạng cung vượt cầu; cán cân thương mại ngành nông, lâm, thủy sản của Việt Nam ước đạt thặng dư 10,3 tỷ USD, tăng 10,2% so với năm 2019. Kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản năm 2020 ước đạt 41,2 tỷ USD, tăng 2,6% so với năm 2019.

II. KẾT QUẢ NỔI BẬT

1. Kết quả xuất nhập khẩu năm 2020

Tổng kim ngạch xuất nhập khẩu nông lâm thủy sản năm 2020 ước đạt 72,1 tỷ USD, trong đó xuất khẩu đạt 41,2 tỷ USD, tăng 2,6% so với năm 2019, nhập khẩu

đạt 30,9 tỷ USD, tăng 3% so với năm 2019; xuất siêu trên 10,3 tỷ USD. Cụ thể kết quả xuất nhập khẩu nông sản năm 2020 như sau:

1.1. Về xuất khẩu:

+ *Giá trị xuất khẩu:* (i) Giá trị xuất khẩu các mặt hàng nông sản chính ước đạt 18,5 tỷ USD, giảm 0,8%; giá trị xuất khẩu thủy sản kho đạ 8,4 tỷ USD, giảm 0,9%; giá trị xuất khẩu lâm sản hàng lâm ước đạt trên 13,1 tỷ USD, tăng 13,4% so với cùng kỳ năm 2019; (ii) Một số mặt hàng vẫn đạt giá trị xuất khẩu cao hơn so với cùng kỳ, như: gạo (+ 9,3%), sắn và sản phẩm sắn (+ 2,4%), gỗ và sản phẩm gỗ (+ 15,7%); các mặt hàng giảm giá trị xuất khẩu là: rau quả (- 13%), cà phê (- 7,2%), hồ tiêu (- 6,8%), hạt điều (- 3%), cao su (- 3,5%), chè (- 6,9%), sản phẩm chăn nuôi (- 18,2%), thủy sản (- 1,8%).

+ *Hiện đã có 09 nhóm mặt hàng xuất khẩu trên 1 tỷ USD trong đó có 05 nhóm mặt hàng có kim ngạch trên 03 tỷ USD* (gỗ và sản phẩm gỗ đạt trên 12,3 tỷ USD; tôm ước đạt trên 3,7 tỷ USD; rau quả đạt gần 3,3 tỷ USD; hạt điều đạt 3,2 tỷ USD; gạo đạt 3,07 tỷ USD).

+ *Về thị trường xuất khẩu:* Hoa Kỳ, Trung Quốc, Nhật Bản và Hàn Quốc là bốn thị trường nhập khẩu các mặt hàng nông, lâm, thủy sản lớn nhất của Việt Nam năm 2020, với thị phần chiếm lần lượt là 26,65% (giá trị tăng 23,3% so với cùng kỳ năm 2019); 25,14% (-5,5%); 8,29% (-0,7%) và 5,66% (-0,6%).

1.2. Về nhập khẩu: (i) Giá trị nhập khẩu các mặt hàng nông lâm thủy sản chính ước đạt 30,95 tỷ USD, tăng 3% so với năm 2019; (ii) Những mặt hàng vẫn tăng giá trị nhập khẩu gồm: lúa mì (+ 3,9%), thức ăn gia súc và nguyên liệu (+ 5,1%), cao su (+17,2%), đậu tương (+ 12,6%), ngô (+ 2,3%), gỗ và sản phẩm gỗ (+ 0,9%). Những mặt hàng giảm so với năm 2019 là thuốc trừ sâu và nguyên liệu (- 17,9%), thủy sản (-1,8%), rau quả (-27,5%), hạt điều (-17%).

2. Kết quả công tác phát triển thị trường và xúc tiến thương mại năm 2020

2.1. Theo dõi sát sao diễn biến giá cả và cân đối cung cầu các mặt hàng thiết yếu trong nước

Thông qua Tổ Điều hành thị trường trong nước (Bộ Công Thương) và Ban Chỉ đạo điều hành giá của Chính phủ (Bộ Tài chính), đã thường xuyên báo cáo Chính phủ, Thủ tướng Chính phủ cập nhật tình hình sản xuất, thị trường một số mặt hàng thiết yếu (gạo, đường, muối, thủy sản, chăn nuôi, rau quả), chủ động và kịp thời đề xuất các giải pháp nhằm đảm bảo cân đối cung cầu, bình ổn thị trường giá cả, nhất là đối với mặt hàng thịt lợn trong bối cảnh tác động mạnh mẽ của bệnh Dịch tả lợn châu Phi.

2.2. Tăng cường gắn kết, kết nối với địa phương, hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp trong công tác phát triển thị trường nông sản

- *Duy trì kết nối, phối hợp với 63 đầu mối về chế biến và phát triển thị trường nông sản tại các địa phương*, đặc biệt đã kịp thời nắm bắt thông tin, tình hình về tiêu thụ nông sản trong bối cảnh dịch bệnh Covid-19 tại các địa phương. Trong năm 2020, đã tổ chức thành công 03 hội nghị kết nối với địa phương tại 03 miền

(Bắc, Trung, Nam) với sự tham gia của gần 60 đơn vị đầu mối trên cả nước, qua đó trực tiếp trao đổi nắm bắt tình hình và các khó khăn, vướng mắc, đề xuất của địa phương trong công tác chế biến và thị trường.

- *Phối hợp kịp thời với các địa phương, hiệp hội ngành hàng, doanh nghiệp trong (i) tháo gỡ khó khăn, ứ đọng nông sản tại cửa khẩu Lạng Sơn, Lào Cai, Quảng Ninh (trái cây, thủy sản) trong giai đoạn dịch bệnh Covid-19; (ii) tổ chức các hoạt động, hội thảo, diễn đàn định hướng sản xuất phù hợp với nhu cầu tiêu thụ của thị trường trong nước và xuất khẩu (nông sản hữu cơ, thịt bò, nhuyễn thể); (iii) phối hợp và hỗ trợ các địa phương Bắc Giang, Hải Dương, Hưng Yên, Sơn La xây dựng phương án tiêu thụ và truyền thông (nhãn, vải, rau vụ đông) đầu vụ; (iv) kết nối giao thương đưa hàng nông sản tiêu thụ tại các kênh phân phối hiện đại (Vinmart, Hapro, Big C, Saigon Coop, chuỗi cửa hàng thực phẩm sạch...), bếp ăn tập thể, khu công nghiệp (cá tra).*

2.3. Tăng cường quảng bá nông sản Việt đến người tiêu dùng trong nước

- *Kịp thời chuyển hướng đẩy mạnh tiêu thụ nông sản trong nước trước tình hình dịch bệnh Covid-19 thông qua việc tổ chức một chuỗi các Hội chợ, Phiên chợ, Tuần hàng nông sản tại các địa phương trên cả nước, tập trung vào các ngành hàng gặp khó khăn trong xuất khẩu như trái cây, thủy sản và một số nông sản khác. Năm 2020, đã tổ chức 04 hội chợ (Nông nghiệp quốc tế Agroviet; **Luật Việt Nam** Làng nghề và sản phẩm OCOP Việt Nam từ ngày 05-09/11/2020; Hội chợ Nông nghiệp và sản phẩm OCOP khu vực phía Bắc từ ngày 22-26/10/2020 tại Lào Cai; Chương trình kết nối sản xuất - tiêu thụ nội địa các sản phẩm cá tra tại Hà Nội) và Chuỗi các phiên chợ Tuần nông sản an toàn thực phẩm năm 2020 từ tháng 6 đến tháng 11/2020 tại Hà Nội, TP Hồ Chí Minh, Cần Thơ, Khánh Hòa, Huế, Hải Phòng, Lâm Đồng; Phiên chợ nông sản chất lượng cao và an toàn từ ngày 08-14/10/2020 tại TP Hồ Chí Minh.*

- *Kịp thời tổ chức các chương trình kết nối đưa hàng nông sản Việt vào chuỗi các siêu thị, chuỗi cửa hàng nông sản sạch, các bếp ăn tập thể, trường học, khu công nghiệp nhằm giải quyết các khó khăn trong xuất khẩu nông sản trước tình hình dịch bệnh Covid-19. Trong năm 2020, (i) đã tổ chức kết nối các doanh nghiệp sản xuất cá tra khu vực đồng bằng Sông Cửu Long với các đơn vị phân phối, tiêu thụ trên địa bàn thành phố Hà Nội. Sau sự kiện, nhiều doanh nghiệp đã tiến tới ký kết hợp đồng chính thức như Công ty thủy sản Nam Việt ký với Công ty Bắc Hà đưa 40,25 tấn cá tra ra cung cấp cho khu công nghiệp, các bếp ăn tập trung phía Bắc; (ii) phối hợp và hỗ trợ Tập đoàn Central Retail (Big C) kết nối đưa các doanh nghiệp nông nghiệp giới thiệu sản phẩm nông sản chủ lực, chất lượng cao tại sự kiện “Tinh hoa Việt Nam” do Central Retail phối hợp Bộ Công Thương và UBND Thành phố Hà Nội tổ chức vào tháng 10 năm 2020 tại Hà Nội, qua đó tạo điều kiện để các doanh nghiệp ở các vùng miền tiếp cận giới thiệu nông sản đến người tiêu dùng Thủ đô và từng bước đưa hàng vào hệ thống phân phối của Tập đoàn tại Việt Nam và một số quốc gia trên thế giới.*

2.4. Phối hợp tham mưu, xử lý kịp thời các khó khăn, vướng mắc trong xuất

khẩu nông sản: (i) *Thị trường Trung Quốc*: kịp thời tham mưu Lãnh đạo Bộ các nội dung xử lý vướng mắc trong xuất khẩu giai đoạn dịch bệnh Covid-19, trực tiếp đồng chí Bộ trưởng và tham tán công sứ Trung Quốc tại Việt Nam cùng các đơn vị thuộc Bộ, các tỉnh biên giới giải quyết, thông quan biên giới; (ii) *Thị trường EU*: tham mưu các hoạt động để triển khai kế hoạch thực thi Hiệp định EVFTA thông qua các Lễ công bố xuất khẩu mặt hàng nông sản (tôm, cà phê, chanh leo, trái cây, gạo) sang thị trường EU theo Hiệp định EVFTA; (iii) *Thị trường Hoa Kỳ*: phối hợp với Bộ Công Thương tháo gỡ các khó khăn, điều tra chống bán phá giá đối với gỗ ván dán của Việt Nam.

2.5. Tích cực phổ biến quy định của thị trường xuất khẩu, phối hợp mở cửa thị trường, tháo gỡ rào cản kỹ thuật chuyên ngành: (i) Phối hợp chặt chẽ với các Bộ ngành và cơ quan thương vụ, tham tán thương mại và tham tán nông nghiệp tại các nước nắm bắt thông tin thị trường, chủ động tham mưu Lãnh đạo Bộ và thông tin kịp thời đến địa phương, doanh nghiệp các cảnh báo, quy định mới của thị trường xuất khẩu, đặc biệt là thị trường Trung Quốc; (ii) Tổ chức các hội thảo, diễn đàn trong nước phổ biến các quy định và nhu cầu thị trường xuất khẩu tới các địa phương, doanh nghiệp (rau quả, thủy sản, gạo).

2.6. Tăng cường mạnh mẽ công tác thông tin, truyền thông về thị trường nông sản: (i) Duy trì và đổi mới Bản tin thông tin thị trường nông sản định kỳ hàng tháng nhằm định hướng sản xuất, gắn với xây dựng thị trường tiêu thụ, cập nhật thường xuyên các thông tin mới về chính sách, giá cả, nhu cầu, thị hiếu, tiêu chuẩn, quy chuẩn thị trường xuất khẩu gửi tới các đơn vị thuộc Bộ, đoàn đại biểu quốc hội các địa phương, Hiệp hội ngành hàng, báo chí, doanh nghiệp; (ii) Phối hợp chặt chẽ với Đài truyền hình Việt Nam, các cơ quan thông tấn báo chí xây dựng các phóng sự ngắn, đưa tin về các vấn đề được đông đảo người dân quan tâm của thị trường nông sản nhằm định hướng tuyên truyền và quảng bá.

III. MỘT SỐ TỒN TẠI, HẠN CHẾ, NGUYÊN NHÂN

1. Hạn chế, tồn tại: (i) Các hoạt động XTTM trong nước còn chưa đồng đều, quy mô nhỏ và số lượng doanh nghiệp tham gia chưa nhiều. Chủ yếu tập trung vào các hoạt động hội chợ, triển lãm, phiên chợ, tuần hàng; (ii) Chưa tạo ra được sự liên kết, phối hợp chặt chẽ giữa các hiệp hội, địa phương, ngành hàng, doanh nghiệp nhằm tận dụng tối đa nguồn lực và phát huy thế mạnh trong chuỗi giá trị nông sản.

2. Một số nguyên nhân cơ bản: (i) Nguồn lực dành cho chương trình phát triển thị trường và xúc tiến thương mại nông sản còn hạn chế, đặc biệt chưa chú trọng đến chiều sâu của nhóm nhiệm vụ xúc tiến tiêu thụ tại thị trường nội địa; (ii) Công tác phối hợp với đầu mối chế biến và phát triển thị trường tại địa phương mới được triển khai thực hiện từ cuối năm 2019 theo Công văn số 8174/BNN-CBTTNS ngày 30/10/2019 nên sự tương tác, trao đổi thông tin qua lại chưa đều đặn, bộ máy tổ chức tại một số địa phương chưa ổn định và rõ ràng nên cán bộ đầu mối tại địa phương chưa nắm bắt kịp thời chủ trương, nội dung, nhiệm vụ liên quan đến công tác chế biến và phát triển thị trường tại địa phương, gây khó khăn trong việc thực hiện cung cấp thông tin, báo cáo Bộ.

B. ĐỊNH HƯỚNG CÔNG TÁC PHÁT TRIỂN THỊ TRƯỜNG VÀ XÚC TIẾN THƯƠNG MẠI NĂM 2021

I. BỐI CẢNH THỊ TRƯỜNG NĂM 2021

Kinh tế thế giới năm 2021 được dự báo sẽ diễn biến phức tạp, khó lường thể hiện ở việc cạnh tranh chiến lược, xung đột thương mại, cạnh tranh thị trường, công nghệ, nhân lực chất lượng cao giữa các quốc gia ngày càng quyết liệt; thách thức an ninh phi truyền thống, đặc biệt là biến đổi khí hậu ngày càng gia tăng cả về tác động và cường độ; dịch bệnh diễn biến phức tạp, đặc biệt là đại dịch Covid-19. Việc các quốc gia ban bố lệnh phong tỏa để làm chậm tốc độ lây lan của Covid-19 phần nào đã tạo ra sự gián đoạn trong chuỗi cung ứng, lưu chuyển thương mại.

Tuy nhiên, tính đến thời điểm hiện tại, Việt Nam đã và đang đàm phán, ký kết và triển khai 16 hiệp định thương mại tự do (FTAs), đặc biệt là một số các hiệp định thương mại tự do thế hệ mới như CPTPP, EVFTA và gần đây nhất là RCEP. Kết quả mở ra cho nông sản Việt Nam cơ hội thâm nhập một số thị trường khó tính như Mỹ, Nhật Bản, châu Âu và tham gia các chuỗi giá trị mới trong khu vực, song cũng tạo ra nhiều thách thức về khả năng cạnh tranh yêu cầu khắt khe về tiêu chuẩn chất lượng, an toàn thực phẩm và mức độ định vị sản phẩm trên thị trường quốc tế. Theo dự báo của FAO, nhu cầu nông sản trên thế giới sẽ tiếp tục tăng lên 15% vào năm 2029 do gia tăng dân số lên khoảng 11% trong giai đoạn từ năm 2017 đến 2029. Nông sản không chỉ được tiêu thụ như nguồn thực phẩm cho con người, mà còn sử dụng nhiều trong ngành chăn nuôi, công nghiệp chế biến, năng lượng nhiên liệu sinh học, dược phẩm (thực phẩm chức năng)...

Bên cạnh đó, thị trường nông sản trong nước thời gian gần đây cũng tăng trưởng rất ấn tượng. Tăng trưởng kinh tế và đô thị hóa đã thúc đẩy nhu cầu tiêu dùng nông sản trong nước tăng rõ rệt với hầu hết các loại nông sản thực phẩm. Tác động từ dịch bệnh Covid-19 cũng tạo ra nhận thức mới, xu hướng dịch chuyển trong thị hiếu tiêu dùng, giao dịch thương mại trên nguyên tắc hạn chế tiếp xúc đã tạo ra sự thay đổi về cầu, đem lại cơ hội thị trường mới cho các doanh nghiệp.

Từ bối cảnh này tiếp tục tạo cơ hội rất tốt cho nông sản Việt Nam trong việc mở rộng thị trường, thúc đẩy xuất khẩu và phát triển thị trường nội địa.

II. TIỀM NĂNG VÀ THÁCH THỨC

1. Thị trường xuất khẩu

1.1. Thị trường Trung Quốc

a) Tiềm năng: (i) Trong giai đoạn 2010-2019, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu nông lâm thủy sản lớn nhất của Việt Nam. Tốc độ tăng giá trị xuất khẩu giai đoạn 2010 - 2019 đạt bình quân 15%/năm, từ 3,3 tỷ USD năm 2010 lên 10,9 tỷ USD năm 2019; (ii) Hiện nay, Trung Quốc chiếm 25,14% tổng giá trị xuất khẩu NLTTS chính của Việt Nam. Kim ngạch xuất khẩu các mặt hàng nông lâm thủy sản của Việt Nam sang thị trường Trung Quốc năm 2020 ước đạt 10,36 tỷ USD giảm 5,2% so với năm 2019 và đứng thứ 2 sau Hoa Kỳ.

b) Thách thức:

- *Tăng cường kiểm dịch, kiểm soát chất lượng hàng nông sản nhập khẩu:* Hiện nay, phía Trung Quốc tăng cường kiểm tra nhiều lô hàng nhập khẩu nhằm kiểm soát tiềm ẩn rủi ro về lây lan dịch bệnh, quản lý chất lượng. Đồng thời, đề nghị phía Việt Nam đôn đốc các cơ quan chức năng chuyên ngành tăng cường công tác quản lý chất lượng hàng nông, thủy sản xuất khẩu. Vì vậy, giảm hiệu suất thông quan, tăng áp lực đối với công tác phòng chống dịch bệnh.

- *Thúc đẩy thương mại chính ngạch:* Trung Quốc kiên quyết siết chặt quản lý đối với nhập khẩu các mặt hàng nông sản chưa được phép mở cửa thị trường.

c) Nhóm sản phẩm xuất khẩu chính

- *Nhóm sản phẩm có nhu cầu lớn:* sản phẩm rau quả tươi, thủy sản và sản phẩm thủy sản, thịt và sữa, gạo.

- *Nhóm sản phẩm đã được mở cửa:* 10 loại hoa quả Việt Nam đã được phép xuất khẩu vào thị trường Trung Quốc (Thanh long, dưa hấu, chôm chôm, xoài, vải, nhãn, chuối, mít, măng cụt, thạch đen).

- *Nhóm sản phẩm đang đàm phán, trao đổi:* Sầu riêng, khoai lang, tổ yến, bưởi, chanh leo, bơ, na, roi, dứa, thảo quả và dứa; tôm sú/thẻ ướp đá, sứa ướp muối, hải sâm khô, cá bống bớp.

1.2. Thị trường Hoa Kỳ

a) Tiềm năng: (i) Hiện nay, Hoa Kỳ vươn lên là thị trường xuất khẩu nông lâm thủy sản lớn nhất của Việt Nam với kim ngạch xuất khẩu năm 2020 ước đạt 10,99 tỷ USD, tăng 23,3% so với cùng kỳ và chiếm gần 30% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam; (ii) Là thị trường có thu nhập cao, nhu cầu cao.

b) Thách thức: Hoa Kỳ tiếp tục gia tăng biện pháp bảo hộ thông qua việc áp thuế chống bán phá giá, tăng cường tiêu chuẩn chặt chẽ về chất lượng... gây tác động bất lợi tới xuất khẩu các nhóm hàng lớn sang thị trường Hoa Kỳ là thủy sản, hồ tiêu, gỗ và các sản phẩm gỗ.

c) Nhóm sản phẩm dự báo có nhu cầu lớn: (i) *Thủy sản:* Việt Nam là đối tác lớn cung cấp các mặt hàng tôm, cá tra, cá ngừ sang thị trường Hoa Kỳ với giá trị xuất khẩu thủy sản 11 tháng năm 2020 ước đạt 1,49 tỷ USD; (ii) *Gỗ và các sản phẩm gỗ:* Là mặt hàng nông sản có giá trị kim ngạch xuất khẩu lớn nhất vào Hoa Kỳ, tỷ trọng trong thị phần tổng kim ngạch xuất khẩu tiếp tục gia tăng qua từng năm. Tính đến hết tháng 11, tổng kim ngạch xuất khẩu gỗ và sản phẩm gỗ vào thị trường này ước đạt 6,37 tỷ USD, tương đương với mức tỷ trọng đạt 57,8% (tăng 34% so với cùng kỳ năm 2019). Hoa Kỳ đồng thời cũng là thị trường cung ứng gỗ nguyên liệu cho Việt Nam; (iii) *Hồ tiêu:* Hoa Kỳ là thị trường xuất khẩu hồ tiêu lớn nhất của Việt Nam, chiếm 21,5% tổng xuất khẩu. So với các đối thủ cạnh tranh khác, hồ tiêu Việt Nam vẫn có triển vọng tốt tại thị trường Hoa Kỳ và tiếp tục là nguồn cung hồ tiêu lớn nhất của Hoa Kỳ, với thị phần 65,9% trong tổng khối lượng nhập khẩu tiêu của Hoa Kỳ nửa đầu năm 2020; (iv) *Rau quả:* Theo thống kê của FAO, nhu cầu tiêu thụ sản phẩm rau quả nhiệt đới, trái mùa và hữu cơ sẽ tăng tại các nước phát triển. Hoa Kỳ hiện là thị trường rau quả lớn thứ 2 của Việt Nam (sau

Trung Quốc), xuất khẩu 11 tháng đầu năm 2020 ước đạt 152,5 triệu USD (tăng 10,7% so với cùng kỳ năm 2019).

1.3. Thị trường các nước EU

a) Tiềm năng: (i) Là thị trường lớn thứ 3 của xuất khẩu nông lâm thủy sản Việt Nam, trong năm 2020 ước đạt 3,7 tỷ USD, giảm 3,6% so với năm trước, chiếm 8,98% trong tổng kim ngạch xuất khẩu NLTS của Việt Nam; (ii) Là thị trường có nhu cầu cao và có cơ hội mở rộng thị trường xuất khẩu từ thực thi Hiệp định EVFTA, VPA-FLEGT;

b) Thách thức: (i) Hiệp định EVFTA đã chính thức thực thi vào đầu tháng 8/2020 nhưng kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản của Việt Nam sang EU vẫn chưa có nhiều bước tiến rõ rệt; các doanh nghiệp xuất khẩu của Việt Nam bước đầu đã tận dụng ưu đãi để xuất khẩu vào thị trường châu Âu nhưng chưa tăng mạnh với hàng nông lâm thủy sản; (ii) Bên cạnh việc áp dụng IUU đối với thủy sản xuất khẩu của Việt Nam, EU liên tục đưa ra các thông báo liên quan đến các quy định kỹ thuật trong đó có các thông báo về các biện pháp SPS và TBT đối với sản phẩm có nguồn gốc động vật và thực vật.

c) Nhóm sản phẩm dự báo có nhu cầu lớn: (i) *Gạo*: Vào cuối năm 2020, một số quốc gia ở EU bắt đầu tiến hành phong tỏa như Pháp, Đức, Anh, Bỉ... khiến nhu cầu mua lương thực để nấu tại nhà tăng lên. Bên cạnh đó, sự thiếu hụt cung do ảnh hưởng bão lũ từ các quốc gia sản xuất lúa gạo lớn và nhu cầu tăng lên khi người tiêu dùng tăng mua có thể sẽ đẩy mạnh hoạt động nhập khẩu gạo của khu vực này trong thời gian tới; (ii) *Cà phê*: EU là thị trường tiêu thụ cà phê nhiều nhất của Việt Nam, chiếm 40% về khối lượng và 38% tổng kim ngạch xuất khẩu; (iii) *Thủy sản*: Tôm, cá ngừ, mực bạch tuộc và nhuyễn thể là những mặt hàng được hưởng thuế 0% khi hiệp định EVFTA có hiệu lực. Nhóm các mặt hàng quan trọng nhất, chiếm hơn 80% tổng giá trị nhập khẩu vào EU là giáp xác, thủy sản chế biến và bảo quản, nhuyễn thể, cá phi lê và thịt cá khác; (iv) *Hồ tiêu*: EVFTA đã mở ra cơ hội cho ngành hàng hồ tiêu Việt Nam trên thị trường EU nếu đảm bảo các yêu cầu về kiểm dịch thực vật, quản lý chất lượng an toàn vệ sinh thực phẩm, đặc biệt với mặt hàng hồ tiêu chế biến với mức thuế giảm xuống 0%.

1.4. Thị trường Đông Bắc Á (Nhật Bản, Hàn Quốc)

a) Tiềm năng:

- Nhật Bản: (i) Là nhóm thị trường lớn thứ 5 xuất khẩu nông lâm thủy sản của Việt Nam, chiếm gần 10% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản; (ii) có xu hướng chi tiêu nhiều hơn cho hoạt động ăn uống bên ngoài vì vậy các mặt hàng thủy sản, thực phẩm chế biến, sản phẩm ngũ cốc, rau quả đông lạnh và tươi sống, cao su, gỗ và sản phẩm gỗ, cà phê, hạt điều, rau gia vị... là những sản phẩm có thế mạnh; (iii) Thuận lợi từ Hiệp định CPTPP, VJFTA, RCEP.

- Hàn Quốc: (i) Là nhóm thị trường lớn thứ 7 xuất khẩu nông lâm thủy sản của Việt Nam, chiếm gần 7% tổng kim ngạch xuất khẩu nông sản; (ii) Thuận lợi từ thực thi Hiệp định ASEAN-Hàn Quốc, RCEP.

b) Thách thức:

- Nhật Bản: (i) Xuất khẩu nông lâm thủy sản năm 2020 ước đạt gần 3,42 tỷ USD, giảm 0,7% so với năm trước; (ii) Là thị trường khó tính về an toàn thực phẩm, đặc biệt đối với sản phẩm chăn nuôi.

- Hàn Quốc: (i) Xuất khẩu nông lâm thủy sản năm 2020 sang thị trường này ước đạt 2,34 tỷ USD, giảm 0,6% so với cùng kỳ; (ii) Áp dụng tiêu chuẩn chất lượng, mức dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, an toàn thực phẩm cao; (iii) Xu hướng bảo hộ sản xuất trong nước lớn.

c) Nhóm sản phẩm xuất khẩu chính

- *Nhóm sản phẩm có nhu cầu lớn:* (i) Nhật Bản: Thủy sản, gỗ và sản phẩm gỗ, rau quả, cà phê, thịt gà chế biến qua nhiệt; (ii) Hàn Quốc: thủy sản, gỗ, rau quả.

- *Nhóm sản phẩm đã được mở cửa:* (i) Nhật Bản: Các loại quả tươi không hạt và một số quả có hạt gồm: Thanh long ruột trắng, thanh long ruột đỏ, xoài, vải; Thịt gà chế biến nhiệt, Trứng muối, Mật ong; Thủy sản các loại; (ii) Hàn Quốc: Thanh long ruột trắng, xoài, trứng muối, mật ong, thủy sản các loại.

- *Nhóm sản phẩm đang đàm phán, trao đổi:* (i) Nhật Bản: Nhãn, vú sữa, chanh leo; (ii) Hàn Quốc: thanh long ruột đỏ, bưởi, vú sữa, nhãn, vải, chôm chôm, trứng gà, thịt gia súc, thịt gia cầm, tôm, cá bò khô tẩm gia vị.

1.5. Thị trường Asean

a) Tiềm năng: Tổng kim ngạch xuất khẩu nông, lâm thủy sản vào thị trường này năm 2020 ước đạt 3,69 tỷ USD, tăng 1,1% so với cùng kỳ năm ngoái (đứng thứ 4 và đạt mức 8,95% trong tổng thị phần xuất khẩu nông sản của Việt Nam); Thị trường có nhu cầu cao về nông sản, là các nước có địa lý gần gũi, văn hóa tương đồng với Việt Nam; Thị trường tiêu thụ lớn và thu nhập ngày càng tăng.

b) Thách thức: Sản phẩm nông sản tương đối tương đồng; Cạnh tranh bởi nông sản của các nước như: Thái Lan, Indonesia, Malaysia.

c) Nhóm sản phẩm xuất khẩu chính: (i) *Nhóm sản phẩm có nhu cầu lớn:* Thủy sản, rau quả, gạo, sắn, cà phê, chè, tiêu, điều, cao su, gỗ và sản phẩm gỗ; (ii) *Nhóm sản phẩm đã được mở cửa:* Các loại rau quả tươi và Thủy sản các loại của Việt Nam đều có thể xuất khẩu sang hầu hết các nước này; Thịt lợn đông lạnh và trứng gà giống vào Myanmar; Thịt lợn choai đông lạnh xuất sang Malaysia; Trứng muối vào Singapore, Cambodia, Lào; Mật ong vào Malaysia, Indonesia, Philippin, Thailand; (iii) *Nhóm sản phẩm đang đàm phán, trao đổi:* Bưởi, xoài (Myanmar); chôm chôm, bưởi, chanh leo, na, vú sữa (Thái Lan); Thịt lợn, thịt gà chế biến (Philippin).

2. Thị trường trong nước**2.1. Kênh tiêu thụ tại 02 thành phố lớn**

a) Thành phố Hà Nội: (i) Dân số: khoảng 10,33 triệu người sinh sống, hàng năm đón khoảng 20 triệu khách du lịch trong và ngoài nước; (ii) Hạ tầng thương

mại: có 26 trung tâm thương mại, 142 siêu thị (trong đó 110 siêu thị có kinh doanh lương thực, thực phẩm), 455 chợ, trên 1.800 cửa hàng tiện ích, 809 cửa hàng kinh doanh trái cây an toàn, trên 128 chuỗi kinh doanh nông sản, thực phẩm. Ngoài ra, kênh tiêu thụ thực phẩm an toàn qua bếp ăn tập thể, các trường học, khu công nghiệp cũng được các doanh nghiệp tích cực khai thác những năm gần đây.

b) Thành phố Hồ Chí Minh: *(i) Dân số*: khoảng 8,99 triệu người, hàng năm đón khoảng 40 triệu khách du lịch trong và ngoài nước; *(ii) Hạ tầng thương mại*: có 236 siêu thị, 45 trung tâm thương mại, 2.735 cửa hàng tiện lợi, trong đó lượng điểm bán các chuỗi cửa hàng tiện lợi trong nước chiếm tỷ trọng cao, trên 76% so với các chuỗi có yếu tố nước ngoài (266 cửa hàng Co.op Food, 196 cửa hàng Satra Foods, 502 cửa hàng Bách hóa Xanh...).

2.2. Khả năng cung ứng nông sản theo vùng miền

2.1.1. Khu vực Trung du miền núi Bắc Bộ

a) Tiềm năng: *(i)* Diện tích đất nông nghiệp lớn, điều kiện tự nhiên đa dạng có thể hình thành các vùng sản xuất hàng hóa tập trung, quy mô lớn (lúa đặc sản, cây ăn quả, cây công nghiệp, cây dược liệu); *(ii)* Các tỉnh quan tâm phát triển công nghiệp chế biến theo hướng chế biến sâu, công nghệ cao và đã có một số nhà máy chế biến lớn hoạt động hiệu quả; *(iii)* Chú trọng đổi mới và phát triển các hình thức tổ chức sản xuất (đến tháng 8/2020 vùng có 3.962 HTX nông nghiệp, 16 liên hiệp HTX NN, 3.673 trang trại); *(iv)* Có tiềm năng phát triển các sản phẩm bản địa theo hướng chế biến sâu, hữu cơ giúp gia tăng giá trị sản phẩm của vùng.

b) Thách thức: *(i)* Sản xuất nông nghiệp hàng hóa vẫn ở quy mô nhỏ lẻ, manh mún, tổ chức sản xuất theo chuỗi gắn với thị trường đầu ra còn hạn chế; *(ii)* Công nghệ bảo quản, chế biến sau thu hoạch phần lớn ở dạng sơ chế, giá trị gia tăng thấp, năng lực cạnh tranh các sản phẩm trong vùng hạn chế; *(iii)* Tỷ lệ hộ nghèo cao nhất so với các vùng khác của cả nước và gấp 3 lần so với mức trung bình của cả nước; *(iv)* Chưa có chính sách đủ mạnh thu hút doanh nghiệp đầu tư, sản xuất, chế biến, tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp.

c) Nhóm sản phẩm chủ lực, tiềm năng: *Sản phẩm chế biến (cà phê*: 5 cơ sở chế biến, công suất 24.000 tấn sản phẩm/năm; *rau quả*: cả Miền Bắc có 75 cơ sở chế biến, công suất 414.551 tấn sản phẩm/năm; *chè*: 205 cơ sở chế biến, công suất 3.820 TBT/ngày; thủy sản: 152 cơ sở đông lạnh, 08 cơ sở nước mắm, 06 cơ sở đồ hộp, 30 cơ sở hàng khô và 01 kho lạnh); *Sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý* (cam Cao Phong – Hòa Bình, xoài Yên Châu – Sơn La, gạo tám Mường Thanh – Điện Biên, nếp Tú lệ Nàng hương – Yên Bái, gạo Ség Cù – Lào Cai, hồi Lạng Sơn, quế Yên Bái, dẻ Trùng Khánh); *Sản phẩm OCOP* (hết tháng 8/2020 có 497 sản phẩm OCOP được công nhận 3 sao trở lên, chiếm 22,9% trên cả nước, nhóm sản phẩm thực phẩm chiếm tỷ lệ cao là 87,5% trên cả nước); *Sản phẩm có tiềm năng, thế mạnh khác (cây ăn quả*: 6 loại cây ăn quả có lợi thế với tổng diện tích 26,1 nghìn ha chiếm gần 90% cả nước, 2 loại mới có triển vọng là bơ – 1,3 nghìn ha và chanh leo – 2,19 nghìn ha, *lâm sản ngoài gỗ*: măng, mật ong, phấn hoa, thảo quả; *sản phẩm hữu cơ*: chè có 8.069 ha tại Hà Giang, Thái Nguyên, Lào Cai; quế

có 4.500 ha tại Yên Bái); *Sản phẩm theo mùa vụ* (Lúa: Đông Xuân T5-6, Vụ Mùa T10-11; sắn T1-4; rau nhiệt đới: khoai tây T2-3, cà rốt T11, T5, hành củ T11-5, hành tây T6-8, đậu đũa T11-12, T2-3; cây ăn quả: xoài T7-8, chuối quanh năm, dứa T5-7 và T10-12; cam T9-2 năm sau; quýt, bưởi T11-12, nhãn T8-9, vải T6-7 chính vụ và T5 trái vụ, na T8-9)

d) Vùng sản xuất hàng hóa tập trung chuyên canh: Lương thực (Nếp Tú lệ – Yên Bái, gạo Ség Cù – Lào Cai, tẻ nương Mộc Châu, nếp Cẩm); cây ăn quả (vải thiều 35 ngàn ha - Bắc Giang, Lạng Sơn, Thái Nguyên; nhãn 28 ngàn ha – Sơn La, Bắc Giang; cam 34,8 ngàn ha – Tuyên Quang, Hà Giang, Hòa Bình; bưởi 27,5 ngàn ha – Phú Thọ, Bắc Giang; xoài 19,3 ngàn ha – Sơn La, Phú Thọ); cây công nghiệp (cà phê 21 ngàn ha, chè 99 ngàn ha chiếm 75% diện tích toàn quốc, cao su 29,5 ngàn ha – Lai Châu, Điện Biên, Sơn La); cây dược liệu (hồi 36 ngàn ha, quế 6,6 ngàn ha, sa nhân 2,8 ngàn ha).

2.1.2. Khu vực Đồng bằng Sông Hồng

a) Tiềm năng: (i) Có tiềm năng phát triển nền sản xuất nông nghiệp hàng hóa đa dạng, thích hợp cho sản xuất cây lương thực, rau, hoa và một số cây ăn quả đặc biệt là các loại rau quả cao cấp; lúa là cây trồng chính, chăn nuôi lợn, gà rất phát triển; (ii) Là vựa lúa của các tỉnh phía Bắc, sản xuất nhiều rau, quả có giá trị kinh tế cao, mang lại kim ngạch xuất khẩu lớn; (iii) Giá trị gia tăng NLTS của vùng 5 năm 2016-2020 tăng trung bình 2,5%/năm, tương đương với tốc độ tăng của NLTS cả nước; (iv) Là khu vực đi đầu trong việc hình thành các cánh đồng lớn, đưa cơ giới hóa vào sản xuất để nâng cao năng suất lao động, hình thành các vùng sản xuất tập trung.

b) Thách thức: (i) Diện tích canh tác nông nghiệp bị thu hẹp do đô thị hóa, biến đổi khí hậu, thiếu nhân lực sản xuất; (ii) Sản xuất nông nghiệp chịu nhiều ảnh hưởng của thời tiết, khí hậu, bão lụt.

c) Nhóm sản phẩm chủ lực, tiềm năng: *Sản phẩm chế biến* (lúa gạo: toàn miền Bắc có 18 cơ sở xay sát với công suất 510.820 tấn lúa/năm; cà phê: 11 cơ sở chế biến, công suất 30.320 tấn sản phẩm/năm; rau quả: cả Miền Bắc có 75 cơ sở chế biến, công suất 414.551 tấn sản phẩm/năm; thủy sản: 31 cơ sở đông lạnh, 01 cơ sở nước mắm và 01 cơ sở hàng khô); *Sản phẩm đã tạo được thương hiệu, uy tín tại thị trường trong nước* (nhãn lồng Hưng Yên, cam Canh, bưởi Diễn, nhãn chín muộn Đại Thành - Quốc Oai Hà Nội, dứa - Ninh Bình, hành và tỏi - Hải Dương, Hà Nam); *Sản phẩm OCOP* (hết tháng 8/2020 có 712 sản phẩm OCOP được công nhận 3 sao trở lên, chiếm 32,8% và nhiều nhất trên cả nước); *Sản phẩm có tiềm năng, lợi thế (sản phẩm hữu cơ*: đã phát triển một số mô hình sản xuất rau củ quả, thịt lợn theo hướng hữu cơ, song diện tích chưa lớn như rau, hoa, quả tại Mê Linh, Sóc Sơn, Ba Vì (Hà Nội), Tam Nông (Vĩnh Phúc); *sản phẩm có lợi thế khác*: chăn nuôi lợn, gà, phát triển nuôi cá nước ngọt, cá biển - lồng bè, nuôi hải sản như mực, bạch tuộc, cá điêu hồng, nhím thể hai mảnh vỏ (nghêu, sò, ốc)... tại các tỉnh ven biển); *Sản phẩm theo mùa vụ* (Lúa: Đông Xuân T5-6, Vụ Mùa T10-11; sắn T10-2; rau nhiệt đới gieo trồng quanh năm; cây ăn quả: xoài T7-8, chuối quanh năm, dứa

T5-7 chính vụ và T10-12 trái vụ; cam T10-12; quýt 11-12, bưởi T11-12, nhãn T8-9, vải T6-7 chính vụ và T5 trái vụ, na T8-9).

d) Vùng sản xuất hàng hóa tập trung chuyên canh: Rau củ (Cà rốt ở Gia Bình - Bắc Ninh rộng 700 ha, Củm Giàng (Hải Dương) rộng trên 500 ha, khoai tây ở Quế Võ - Bắc Ninh rộng gần 1.500 ha; hành, tỏi tại Kinh Môn (Hải Dương) rộng trên 3.000 ha); Hoa, cây cảnh ở Văn Giang (Hung Yên) rộng trên 250 ha.

2.1.3. Khu vực Nam Trung Bộ

a) Tiềm năng: (i) Có tiềm năng phát triển nông, lâm nghiệp, thủy sản khá đa dạng: lâm nghiệp, cây công nghiệp, cây ăn quả và chăn nuôi đại gia súc (miền núi và trung du); lúa và các cây màu ngắn ngày, chăn nuôi lợn và gia cầm (đồng bằng); thủy sản (ven biển, gồm nhiều bãi bồi, đầm phá); (ii) Giá trị gia tăng NLTS của vùng 5 năm tăng trung bình 4,29%/năm, vượt mục tiêu đề ra (3%).

b) Thách thức: (i) Là vùng có địa hình phức tạp, khí hậu khắc nghiệt, mưa bão lũ lụt, chịu ảnh hưởng của biến đổi khí hậu; (ii) Tập quán sản xuất quy mô hộ gia đình theo phương thức canh tác truyền thống, đất đai canh tác manh mún, bị chia cắt bởi vị trí địa lý và địa hình; (iii) Thu nhập bình quân đầu người đạt khoảng 43,8 triệu đồng/năm, thấp hơn trung bình chung của cả nước.

c) Nhóm sản phẩm chủ lực, tiềm năng: *Sản phẩm chế biến (cà phê: 18 cơ sở chế biến, công suất 30.200 tấn sản phẩm/năm; rau quả: cả Nam Trung Bộ và Tây Nguyên có 19 cơ sở chế biến, công suất 141.940 tấn sản phẩm/năm; chè: cả Miền Trung và Tây Nguyên có 53 cơ sở chế biến, công suất 1.384 TBT/ngày; thủy sản: cả Bắc Trung Bộ và Duyên hải Miền Trung có 152 cơ sở đông lạnh, 08 cơ sở nước mắm, 06 cơ sở đồ hộp, 30 cơ sở hàng khô và 01 kho lạnh); Sản phẩm đã tạo được thương hiệu, uy tín tại thị trường trong nước (Yến Khánh Hòa, gà Minh Dur, Bò thịt chất lượng cao Bình Định); Sản phẩm có tiềm năng, thế mạnh khác (Củ quả: Lạc, mía, dứa, cam, xoài, bưởi da xanh, mía, thanh long, nho; Chăn nuôi: Yến, bò thịt, lợn, gà, vịt, ong mật và một số vật nuôi phù hợp với đặc điểm khí hậu khô hạn của vùng như dê, cừu, đà điểu; Thủy sản: cá ngừ đại dương, tôm hùm, tôm thẻ); Sản phẩm theo mùa vụ (Lúa: Đông Xuân T4-5, Vụ Mùa T8-9; Hè Thu T7-9, sắn T10-11; rau nhiệt đới gieo trồng quanh năm; cây ăn quả: xoài T5-7 chính vụ T12-2 trái vụ, chuối quanh năm, thanh long T5-10 chính vụ và T11-4 trái vụ, dứa T5-7; cam T5-8; quýt T5-8, bưởi T9-12, chôm chôm T 7-9 chính vụ và T1-2 trái vụ, sầu riêng T7-8 chính vụ, na/mãng cầu T5-8).*

2.1.4. Khu vực Tây Nguyên

a) Tiềm năng: (i) Là vùng có vị trí địa chính trị đặc biệt quan trọng, 4 tỉnh có chung biên giới với Lào và Campuchia; (ii) Phù hợp phát triển nhiều loại cây trồng hàng hóa lớn, với những sản phẩm chủ lực có giá trị xuất khẩu cao như cà phê, cao su, điều, hồ tiêu, sắn.

b) Thách thức: (i) Sản phẩm đặc sản địa phương nhiều nhưng chủ yếu mang tính tự phát, sản xuất thủ công, quy mô nhỏ lẻ, quy cách mẫu mã hạn chế; (ii) Công nghệ bảo quản, chế biến sau thu hoạch, chế biến sâu còn hạn chế; (iii) Tỷ lệ người

đồng bào dân tộc thiểu số cao.

c) Nhóm sản phẩm chủ lực, tiềm năng: *Sản phẩm chế biến (cà phê: 89 cơ sở chế biến, công suất 1.198.800 tấn sản phẩm/năm; rau quả: cả Nam Trung Bộ và Tây Nguyên có 19 cơ sở chế biến, công suất 141.940 tấn sản phẩm/năm; chè: cả Miền Trung và Tây Nguyên có 53 cơ sở chế biến, công suất 1.384 TBT/ngày; Sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý (cà phê Buôn Ma Thuột, hồ tiêu Chư Sê, chè Bảo Lộc, rau, hoa Đà Lạt); Sản phẩm OCOP (hết tháng 8/2020 có 69 sản phẩm OCOP được công nhận 3 sao và 37 sản phẩm OCOP được công nhận 4 sao trở lên - gồm Gia Lai, Lâm Đồng và Kon Tum); Sản phẩm theo mùa vụ (Lúa : Đông Xuân T4-5, Vụ Mùa T7-9; Hè Thu T7-8, sắn T10-11; rau nhiệt đới gieo trồng quanh năm; cây ăn quả: xoài T5-7 chính vụ T11-2 trái vụ, chuối quanh năm; cam, quýt, bưởi T8-11 chính vụ và T11-2 trái vụ, vải T4-5 trái vụ, chôm chôm T 7-9, sầu riêng T7-9 , na/mãng cầu T5-7); Sản phẩm tiềm năng khác (bò sữa, cây dược liệu).*

d) Vùng sản xuất hàng hóa tập trung chuyên canh: Bơ, sầu riêng, hồ tiêu,... (Đắk Lắk, Đắk Nông, Kon Tum); cà phê ở tất cả các tỉnh; rau, hoa (Lâm Đồng, sầm Ngọc Linh ở Kon Tum,...); bò sữa (Lâm Đồng).

e) Một số hội chợ, lễ hội nông nghiệp lớn: Lễ hội cà phê (Đắk Lắk), Festival Hoa Đà Lạt (Lâm Đồng), Lễ hội bơ ở Đắk Nông, Gia Lai...

2.1.5. Khu vực Đông Nam Bộ

a) Tiềm năng: (i) Phát triển mạnh cây công nghiệp lợi thế, chủ lực là cao su, điều, hồ tiêu, cà phê, mía đường và các loại cây ăn quả tập trung, công nghệ cao kết hợp du lịch sinh thái; (ii) Có vai trò thúc đẩy phát triển kinh tế và kết nối các vùng trọng điểm về sản xuất nông nghiệp.

b) Thách thức: (i) Sản xuất nông nghiệp thiếu đầu tư chiều sâu, chưa hướng đến xuất khẩu. Các sản phẩm nông nghiệp như chôm chôm, xoài, sầu riêng... có giá trị kinh tế cao nhưng thực tế phục vụ cho xuất khẩu đang chiếm tỷ lệ thấp, sản xuất manh mún, thiếu chỉ dẫn địa lý, áp dụng quy chuẩn sản xuất và chưa có các chứng nhận an toàn; (ii) Sản xuất nông nghiệp vẫn theo kiểu truyền thống và còn chưa gắn chặt chẽ với tín hiệu của thị trường.

c) Nhóm sản phẩm chủ lực, tiềm năng: *Sản phẩm chế biến (cà phê: 104 cơ sở chế biến, công suất 198.028 tấn sản phẩm/năm; rau quả: 35 cơ sở chế biến, công suất 170.445 tấn sản phẩm/năm; thủy sản: 126 cơ sở đông lạnh, 12 cơ sở nước mắm, 04 cơ sở đồ hộp, 34 cơ sở hàng khô và 01 kho lạnh); Sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý (mãng cầu Tây Ninh, nhãn tiêu da bò Thanh Lương – Bình Phước); Sản phẩm OCOP (hết tháng 8/2020 mới có 17 sản phẩm OCOP được công nhận 3 sao trở lên của tỉnh Đồng Nai, thấp nhất cả nước); Sản phẩm có tiềm năng, thế mạnh khác (chế biến lâm sản; nuôi hải sản trên biển, ven biển, ven đảo và các hồ chứa thủy lợi, thủy điện - cá biển, tôm sú, tôm thẻ chân trắng, nhuyễn thể, các loài thủy đặc sản phục vụ du lịch, xuất khẩu và tiêu dùng tại chỗ); Sản phẩm theo mùa vụ (Lúa: Đông Xuân T4-5, Vụ Mùa T11-12, Vụ Hè Thu T7-9; sắn T10-11; rau nhiệt đới: gieo trồng quanh năm; cây ăn quả: xoài quanh năm, chuối quanh năm, thanh long T5-9 chính vụ và T10-4 trái vụ; dứa, cam, quýt, bưởi, nhãn, na quanh*

năm, chôm chôm T6-8 chính vụ và T5,9,10 trái vụ, sầu riêng T7-9 chính vụ và T10-6 trái vụ).

d) Vùng sản xuất hàng hóa tập trung chuyên canh: Vùng đang hình thành những địa phương có các loại cây chuyên canh lớn như: Điều, hồ tiêu, thanh long, chôm chôm, sầu riêng, xoài, mít... Riêng diện tích cây hồ tiêu ở khu vực này lên đến gần 48.000ha, chiếm 33,73% diện tích hồ tiêu của cả nước. Cây điều có diện tích hơn 183.000ha, chiếm 60,61% diện tích và 71,24% sản lượng điều cả nước.

2.1.6. Khu vực Đồng bằng Sông Cửu Long

a) Tiềm năng: (i) Là vùng nông nghiệp trọng điểm của Việt Nam với tốc độ tăng trưởng GDP NLTS toàn vùng đạt 3%/năm, cao hơn mức tăng bình quân cả nước; đóng góp khoảng 34,6% GDP toàn ngành nông nghiệp cả nước và chiếm 33,5% GDP chung vùng ĐBSCL; (ii) Đứng đầu cả nước về sản lượng lúa, tôm, cá tra và trái cây (sản lượng lúa 24,5 triệu tấn, chiếm 56% sản lượng cả nước; sản lượng tôm 0,623 triệu tấn, chiếm 70%; sản lượng cá tra 1,41 triệu tấn, chiếm 95%; sản lượng trái cây 4,3 triệu tấn, chiếm 60%); (iii) Kim ngạch xuất khẩu các nông sản chủ lực ĐBSCL (gạo, cá tra, tôm, trái cây) đạt 8,43 tỷ USD, chiếm 73,34% kim ngạch xuất khẩu các nông sản chủ lực này của cả nước.

b) Thách thức: Chịu tác động lớn từ biến đổi khí hậu, hạn mặn dẫn đến thay đổi cấu trúc mùa vụ, dịch bệnh gia tăng.

c) Nhóm sản phẩm chủ lực, tiềm năng: *Sản phẩm chế biến (cà phê: 16 cơ sở chế biến, công suất 10.600 tấn sản phẩm/năm; rau quả: 24 cơ sở chế biến, công suất 107.700 tấn sản phẩm/năm; thủy sản: 334 cơ sở đông lạnh, 15 cơ sở nước mắm, 08 cơ sở đồ hộp, 19 cơ sở hàng khô và 01 kho lạnh); Sản phẩm đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý, xây dựng thương hiệu (trái cây: Chôm chôm Chợ Lách, bưởi da xanh Bến Tre, xoài cát Hòa Lộc, xoài cát Đồng Tháp, quýt đường Trà Vinh; thủy sản: nước mắm Phú Quốc (Kiên Giang), mắm thái Châu Đốc (An Giang); gạo: gạo nàng thơm Bảy Núi (An Giang), gạo một bụi đỏ (Bạc Liêu), Gạo nàng thơm Chợ Đào (Long An), gạo thơm Sóc Trăng; Sản phẩm OCOP (hết tháng 8/2020 có 375 sản phẩm OCOP được công nhận 3 sao trở lên, chiếm 17,3% trên cả nước); Sản phẩm theo mùa vụ (Lúa: Đông Xuân T2-4, Vụ Mùa T10-12, Hè Thu T6-8, Thu Đông T10-11; sắn T10-11; rau nhiệt đới: gieo trồng quanh năm; cây ăn quả: xoài T3-5 chính vụ và T9-2 trái vụ, chuối quanh năm, thanh long T5-9 chính vụ và T10-4 trái vụ; dưa, cam, quýt, bưởi, bòng quanh năm; nhãn T5-7 chính vụ và T12-1 trái vụ, chôm chôm T5-7 chính vụ và TT8-4 trái vụ, sầu riêng T5-8 chính vụ và T6-9 trái vụ, măng cầu quanh năm).*

d) Vùng sản xuất hàng hóa tập trung chuyên canh: Diện tích sản xuất lúa cánh đồng lớn vùng ĐBSCL có 427,8 nghìn ha (chiếm tới 73,9% diện tích cánh đồng lớn của cả nước).

2.3. Công tác chế biến gắn với thúc đẩy tiêu thụ nông sản

Thời gian qua, ngành công nghiệp chế biến nông lâm thủy sản đã có bước phát triển mạnh mẽ với trên 7.500 cơ sở quy mô công nghiệp. Ngoài ra còn có hàng

vạn cơ sở chế biến nông sản nhỏ, lẻ, hộ gia đình rải khắp các địa bàn làm nhiệm vụ sơ chế và chế biến phục vụ tiêu dùng nội địa. Mỗi năm có thể chế biến, bảo quản khoảng 120 triệu tấn nông lâm thủy sản để phục vụ xuất khẩu và tiêu thụ nội địa.

Giai đoạn 2017-2020 cả nước đã thu hút **67 dự án** chế biến trọng điểm các sản phẩm nông, lâm, thủy sản được khởi công/khánh thành với tổng mức vốn được đầu tư là **56.770 tỷ đồng**, tạo bước đột phá về giá trị xuất khẩu, giúp nâng cao chất lượng, mẫu mã và đa dạng hàng nông sản, góp phần tiêu thụ nông sản cho người nông dân.

III. ĐỊNH HƯỚNG

1. Mục đích, yêu cầu

Trước dự báo bối cảnh thị trường thế giới và trong nước năm 2021 còn gặp nhiều khó khăn, thách thức do thiên tai, dịch bệnh (đặc biệt trong nửa đầu năm 2021), công tác xúc tiến thương mại và phát triển thị trường nông sản, Ngành nông nghiệp tập trung đạt mục đích và đáp ứng các yêu cầu như sau:

1.1. Mục đích:

- Phát triển thị trường trong nước gắn với phát triển văn hóa địa phương và du lịch nông nghiệp bản địa; kích thích tiêu dùng nông sản, đặc sản chất lượng cao, sản phẩm có thương hiệu/chỉ dẫn địa lý, sản phẩm OCOP, sản phẩm hữu cơ, sản phẩm chế biến có hàm lượng giá trị gia tăng cao (đặc biệt là thủy sản, rau củ quả); kết hợp giới thiệu quảng bá công nghệ, kỹ thuật, giới thiệu kinh tế tuần hoàn trong sản xuất, chế biến nông sản;

- Tăng cường các hoạt động XTTM theo vùng để thúc đẩy liên kết vùng trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ nhằm tạo ra các vùng nguyên liệu lớn, sản lượng lớn, năng suất cao phục vụ nhu cầu nội tiêu và xuất khẩu; phát triển sản phẩm và nâng cao nhận thức, năng lực cho nông dân, HTX để tạo ra giá trị gia tăng của sản phẩm, tạo ra thu nhập;

- Tuyên truyền, phổ biến trên các phương tiện truyền thông về định hướng tiêu dùng nông sản trong nước, định hướng và kêu gọi đầu tư liên kết sản xuất – chế biến - tiêu thụ nông sản phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu, khuyến cáo người dân sản xuất căn cứ vào nhu cầu thị trường để tránh tình trạng dư cung gây tác động lên giá cả thị trường.

- Tăng cường công tác phổ biến các quy định của thị trường xuất khẩu nhằm định hướng sản xuất trong nước; tiếp tục tổ chức đàm phán mở cửa thị trường, tháo gỡ khó khăn, rào cản thương mại; tổ chức xúc tiến quảng bá tại các thị trường lớn và tiềm năng khi dịch bệnh Covid-19 được kiểm soát.

1.2. Yêu cầu:

- Các hoạt động xúc tiến thương mại phát triển thị trường nông sản cần được xây dựng theo định hướng của Bộ, có trọng điểm, với quy mô đủ tầm; động viên và huy động sự tham gia của đông đảo các doanh nghiệp, HTX, người nông dân, khuyến nông;

- Phối hợp chặt chẽ, thường xuyên, liên tục với các cơ quan, đơn vị liên quan: (i) các Bộ ngành (Công Thương, Ngoại giao, Văn hóa Thể thao và Du lịch); (ii) các cơ quan thương vụ, ngoại giao Việt Nam tại nước ngoài và ngược lại; (iii) Sở Nông nghiệp và PTNT và đầu mối về chế biến và phát triển thị trường tại địa phương.

2. Nhiệm vụ trọng tâm

2.1. Công tác phát triển thị trường trong nước

a) Thúc đẩy tiêu dùng nông sản tại các thành phố lớn

Tổ chức luân phiên, liên tục các hội chợ triển lãm, tuần hàng nhằm triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” và quảng bá, giới thiệu nông sản chủ lực, đặc sản của các địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã trực tiếp đến người tiêu dùng tại các thành phố lớn. Ưu tiên duy trì 03 sự kiện lớn của ngành (Hội chợ Agroviet, Hội chợ Làng nghề và Hội chợ sản phẩm thủy sản) trên 02 địa bàn Hà Nội và TP Hồ Chí Minh.

b) Kết nối sản xuất, tiêu thụ nông sản vùng miền

- Tổ chức các Hội nghị, Hội thảo, Diễn đàn ngay từ đầu năm nhằm định hướng phát triển thị trường gắn với sản xuất, chế biến nông sản;

- Tổ chức các Hội thảo, Diễn đàn với quy mô vùng miền nhằm hỗ trợ địa phương xây dựng các kịch bản sản xuất, tiêu thụ khi nông sản có sản lượng lớn vào vụ thu hoạch hoặc gặp khó khăn khi xuất khẩu, hạn chế tình trạng cung vượt cầu, giá giảm, gây thiệt hại cho người sản xuất;

- Tổ chức các hoạt động kết nối đưa nông sản địa phương, vùng miền vào các chuỗi phân phối bán buôn, bán lẻ (đại siêu thị, siêu thị, cửa hàng tiện ích...), các bếp ăn tập thể (trường học, nhà hàng, khu công nghiệp...);

- Tổ chức các Hội thảo, Diễn đàn, hoạt động kết nối giữa các đơn vị sản xuất với các doanh nghiệp chế biến để đưa nông sản vào chuỗi tiêu thụ, phục vụ làm nguyên liệu cho các nhà máy chế biến.

c) Phát triển sản phẩm, nâng cao nhận thức, năng lực cho người sản xuất nông sản

- Tổ chức các Hội thảo, Diễn đàn kết nối tiêu thụ, quảng bá các sản phẩm tiềm năng, thế mạnh, đặc thù (*sản phẩm OCOP, sản phẩm hữu cơ, sản phẩm chủ lực*);

- Tổ chức tập huấn, phổ biến cho doanh nghiệp, hợp tác xã về các yêu cầu, điều kiện, tiêu chuẩn đưa hàng nông sản vào kênh phân phối hiện đại;

- Tổ chức tập huấn thay đổi nhận thức về phương thức phân phối, tiêu thụ nông sản hiện đại (online, trực tuyến...);

- Tổ chức trao đổi thông tin, thảo luận về các giải pháp trong sản xuất, chế biến, tiêu thụ và xây dựng thương hiệu (*Ưu tiên các sản phẩm nông sản chủ lực, sản phẩm OCOP, sản phẩm hữu cơ*).

d) Phát triển chế biến nông lâm thủy sản phục vụ nhu cầu thị trường

Tổ chức các Hội thảo, Diễn đàn kết nối và giới thiệu quảng bá sản phẩm chế

biến, công nghệ chế biến và bảo quản nông sản đáp ứng yêu cầu thị trường trong nước và xuất khẩu.

2.2. Công tác phát triển thị trường thúc đẩy xuất khẩu

- Tổ chức phổ biến, tuyên truyền các quy định về kiểm dịch động thực vật, kiểm soát chất lượng, an toàn thực phẩm của thị trường xuất khẩu; nhu cầu của thị trường xuất khẩu. Tập trung thị trường Trung Quốc, EU, Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc;

- Tổ chức các hoạt động kết nối xuất khẩu, hỗ trợ giao thương tại các tỉnh biên giới trong nước nhằm đẩy mạnh xuất khẩu hàng nông lâm thủy sản sang thị trường Trung Quốc;

- Tiếp tục đàm phán, tháo gỡ khó khăn, rào cản thương mại, mở cửa thị trường cho nông sản Việt Nam xuất khẩu chính ngạch tại các thị trường (hoa quả, thủy sản, sản phẩm chăn nuôi...);

- Chủ động nắm bắt thông tin, tình hình nhằm tổ chức hiệu quả các hoạt động xúc tiến, quảng bá, kết nối giao thương, duy trì và mở rộng xuất khẩu tại thị trường quốc tế ngay khi tình hình dịch bệnh được kiểm soát trên thế giới.

2.3. Công tác thông tin dự báo, truyền thông

a) Thông tin, dự báo

- Xây dựng và nâng cấp cơ sở dữ liệu, hệ thống đầu mối cung cấp thông tin thị trường tại địa phương và truyền thông về thị trường nông sản.

- Phối hợp chặt chẽ với các Bộ ngành (Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao, Tổng cục Hải quan, Tổng cục thống kê) và hệ thống tham tán thương mại, tham tán nông nghiệp tại các nước để nắm bắt thông tin thị trường, chủ động phân tích dự báo, tham mưu kịp thời cho Lãnh đạo Bộ.

b) Truyền thông

- Cập nhật, cung cấp thông tin về nhu cầu thị trường trong nước đối với một số mặt hàng nông sản chủ yếu, đặc biệt là một số mặt hàng hiện nay có tỷ trọng xuất khẩu lớn nhằm điều chỉnh cơ cấu tiêu thụ phù hợp với tình hình sụt giảm xuất khẩu do dịch bệnh Covid-19 trong năm 2020.

- Tuyên truyền, phổ biến trên các phương tiện truyền thông về định hướng tiêu dùng nông sản trong nước, tuyên truyền triển khai thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiêu dùng hàng Việt Nam”, khuyến khích phát triển sản xuất và thị trường cho nhóm sản phẩm sạch, hữu cơ; định hướng và kêu gọi đầu tư liên kết sản xuất – chế biến - tiêu thụ nông sản phục vụ nhu cầu trong nước và xuất khẩu, khuyến cáo người dân sản xuất căn cứ vào nhu cầu thị trường để tránh tình trạng dư cung gây tác động lên giá cả thị trường.

D. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Cục Chế biến và Phát triển thị trường Nông sản

- Cơ quan đầu mối chủ trì, tổng hợp, rà soát toàn bộ nội dung, chương trình xúc tiến thương mại ngành nông nghiệp, tổ chức thực hiện theo định hướng, kế

hoạch phát triển thị trường nêu trên của Bộ;

- Phối hợp chặt chẽ với các đơn vị chức năng liên quan của Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, cơ quan đại diện Việt Nam ở nước ngoài, các địa phương, hiệp hội, doanh nghiệp và các đơn vị thuộc Bộ để nắm bắt thông tin, tình hình sản xuất, xuất nhập khẩu nhằm kịp thời tham mưu cho Lãnh đạo Bộ điều chỉnh, bổ sung các hoạt động XTTM cần thiết phát sinh theo diễn biến thị trường;

- Phối hợp chặt chẽ với Vụ Hợp tác quốc tế, Cục Quản lý Chất lượng Nông lâm sản và Thủy sản, Cục Bảo vệ thực vật, Cục Thú y để nắm bắt, cập nhật thông tin, hợp tác trong đánh giá rủi ro, mở cửa thị trường nông sản, đàm phán song phương, đa phương; phối hợp triển khai và thực thi các Hiệp định thương mại đã ký kết; tình hình tháo gỡ khó khăn, vướng mắc về rào cản kỹ thuật, tình hình mở cửa thị trường để phối hợp trong công tác tham mưu, xử lý các vấn đề về thị trường nông sản và đề xuất bổ sung, điều chỉnh các hoạt động xúc tiến thương mại cần thiết phát sinh theo diễn biến thị trường;

- Phối hợp với Tổng cục Thủy sản, Tổng cục Lâm nghiệp, Cục Trồng trọt, Cục Chăn nuôi để nắm bắt, cập nhật thông tin, số liệu về tình hình sản xuất trong nước, nguồn cung nông sản; phối hợp trong công tác tham mưu xử lý các vấn đề về thị trường, định hướng sản xuất, cân đối cung cầu nông sản thực phẩm;

- Phối hợp với Trung tâm Tin học thống kê, Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển nông nghiệp nông thôn và các cơ quan Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài nghiên cứu, đề xuất phương thức thu thập thông tin, số liệu, dữ liệu thị trường nông sản phục vụ công tác dự báo thị trường, báo cáo tham mưu kịp thời và cụ thể đối với từng ngành hàng, thị trường cho Lãnh đạo Bộ;

- Phối hợp chặt chẽ với Trung tâm Xúc tiến thương mại Nông nghiệp, Trung tâm Khuyến nông Quốc gia, Sở Nông nghiệp và PTNT Hà Nội, Sở Nông nghiệp và PTNT Thành phố Hồ Chí Minh, các Chi cục tại địa phương và các Hiệp hội ngành hàng nông nghiệp để nắm bắt thông tin, tình hình, khó khăn vướng mắc và nhu cầu của địa phương, doanh nghiệp trong việc tiêu thụ nông sản thực phẩm và việc triển khai các chính sách về sản xuất, liên kết sản xuất tiêu thụ nông sản; kịp thời đề xuất các hoạt động xúc tiến thương mại hỗ trợ địa phương, doanh nghiệp trong công tác quảng bá, phát triển sản phẩm, phát triển thị trường, tìm đầu ra cho sản phẩm.

2. Vụ Tài chính

- Phân bổ kinh phí thực hiện chương trình theo nội dung, kế hoạch được Lãnh đạo Bộ phê duyệt; kiểm tra, giám sát và phối hợp với Cục Chế biến và Phát triển thị trường Nông sản nghiên cứu thu việc thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại.

- Phối hợp với Cục Chế biến và Phát triển thị trường Nông sản nghiên cứu, rà soát các nguồn lực liên quan, đề xuất cơ chế tài chính riêng cho Chương trình xúc

tiến thương mại, phát triển thị trường ngành nông nghiệp để đủ nguồn lực triển khai thực hiện chương trình hiệu quả và có chiều sâu.

3. Các đơn vị khác là thành viên Ban Chỉ đạo phát triển thị trường Nông sản và Ban Chỉ đạo thực hiện Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”

Phối hợp với Cục Chế biến và Phát triển thị trường Nông sản triển khai các nhiệm vụ tại mục D.1 và thực hiện theo các Quyết định: số 3083/QĐ-BNN-TCCB ngày 20/7/2017 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc thành lập Ban Chỉ đạo phát triển thị trường nông sản; số 3524/QĐ-BNN-CBTTNS ngày 29/8/2017 của Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về việc thành lập Tổ thư ký giúp việc Ban Chỉ đạo phát triển thị trường nông sản; số 5116/QĐ-BNN-TCCB ngày 16/12/2020 về việc thành lập Ban Chỉ đạo của Bộ thực hiện Cuộc Vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam.

4. Các đơn vị có liên quan khác

Phối hợp với Cục Chế biến và Phát triển thị trường Nông sản và các đơn vị chức năng của Bộ thực hiện các hoạt động xúc tiến thương mại, gắn liền với việc đàm phán gỡ bỏ rào cản kỹ thuật, rào cản thương mại nhằm duy trì, mở rộng thị trường xuất khẩu trong các chương trình Xúc tiến thương mại quốc gia, của các Bộ, ngành và địa phương. Kịp thời đề xuất giải quyết khó khăn, vướng mắc, thúc đẩy sản xuất, xuất khẩu hàng nông lâm thủy sản trong năm 2021.

Các đơn vị được giao chủ trì triển khai nhiệm vụ xúc tiến thương mại, phát triển thị trường năm 2021 thực hiện nghiêm túc theo kế hoạch được Bộ phê duyệt, ban hành./.

Nơi nhận:

- Như trên;
- Bộ trưởng (để b/c);
- Các Thứ trưởng (để p/h chỉ đạo);
- Các đơn vị thuộc Bộ (để t/h);
- Bộ Công Thương, Bộ Ngoại giao, Bộ Văn hóa TT&DL (để p/h);
- Sở NN&PTNT các tỉnh, thành phố (để p/h);
- Đại sứ quán, Thương vụ VN tại các thị trường (để p/h);
- Các HH ngành hàng (để p/h);
- Lưu: VT, CBTTNS.

**KT. BỘ TRƯỞNG
THỨ TRƯỞNG**



Lê Minh Hoan