



BÁO CÁO TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM 2020

PHẦN 1: GIỚI THIỆU INNOVATIVE HUB

1. Innovative Hub - Đại lý ủy quyền toàn cầu của Alibaba.com:

Innovative Hub được thành lập vào năm 2016 với tư cách là Đối tác dịch vụ toàn cầu của Alibaba.com tại Singapore trong 3 năm, chúng tôi đã phục vụ hơn 1000 doanh nghiệp vừa và nhỏ tại Singapore và chuyển đổi số thành công các hoạt động kinh doanh truyền thống của các doanh nghiệp thông qua Alibaba.com. Sứ mệnh của Innovative Hub là chuyển đổi số các doanh nghiệp để kinh doanh trên toàn cầu, chúng tôi cung cấp các dịch vụ chuyên về nền tảng Thương mại điện tử để giúp các doanh nghiệp vươn ra khỏi các hình thức kinh doanh truyền thống trước đây.

Innovative Hub tiếp tục tăng trưởng và phát triển thông qua cung cấp các dịch vụ tư vấn chuyên nghiệp về chuyển đổi số cho các doanh nghiệp. Với sự phát triển không ngừng và câu chuyện thành công của chúng tôi tại thị trường Singapore, chúng tôi đã tiếp tục mở rộng ra khu vực và toàn cầu. Việt Nam chính là thị trường mở rộng đầu tiên của Innovative Hub và sẽ tiếp tục phát triển với tốc độ ổn định với tầm nhìn: Trở thành đối tác chiến lược và đáng tin cậy nhất trong chuyển đổi số của các doanh nghiệp ở Đông Nam Á.

Về đội ngũ Innovative Hub: Chúng tôi là tập thể năng động, có niềm đam mê mãnh liệt trong đổi mới sáng tạo và quyết tâm trở nên xuất sắc trong các lĩnh vực chuyên môn của mình. Chúng tôi lao động với với tinh thần tận tâm và đây chính là nguồn năng lượng, mang đến nhiều ý tưởng và là niềm tự hào của tập thể đội ngũ Innovative Hub. Văn hóa công ty của chúng tôi là mang lại lợi thế cạnh tranh và tạo dựng một môi trường nơi những cá nhân xuất sắc, thông minh, năng động có thể vươn đến thành công. Chúng tôi luôn đồng hành cùng với khách hàng

của mình và cùng nhau từng bước xây dựng tiến đến con đường thành công. Chúng tôi dám nghĩ lớn và làm việc chăm chỉ để không ngừng thúc đẩy bản thân trở nên tốt hơn và trở nên xuất sắc hơn trong các dịch vụ của mình mỗi ngày.

2. Tại sao nên lựa chọn Innovative Hub?

Công ty đầu tư trực tiếp từ nước ngoài:



Chất lượng



Toàn vẹn



Lãnh đạo



Đổi mới



**Sự hài lòng
của khách
hàng**



**Làm việc
nhóm**

- Là công ty FDI của Singapore, chúng tôi tin tưởng vào sự xuất sắc trong kinh doanh. Sự hiệu quả cùng lực lượng lao động lành nghề, đáng tin cậy là những phẩm chất và lợi thế của các công ty Singapore.

- Hồ sơ theo dõi đã được chứng minh với tư cách là Đối tác Dịch vụ Toàn cầu của Alibaba tại thị trường Singapore.

- Đối tác Alibaba giàu kinh nghiệm, có kinh nghiệm vận động các dự án chính phủ ở Singapore - Đối tác.

- Đội ngũ nhân viên phục vụ chuyên nghiệp 3 sao được chứng nhận bởi Alibaba.com

- VAS đã chấp thuận nhà cung cấp Alibaba.com cho Singapore, Việt Nam, Ấn Độ, Pakistan, Malaysia, Thái Lan và Indonesia.

- Hỗ trợ thêm thông qua sự kiện kết hợp kinh doanh Ngoại tuyến/ Trực tuyến thường xuyên với Thương nhân Singapore.

3. Các dịch vụ của Innovative Hub:

STT	DỊCH VỤ	MÔ TẢ CHI TIẾT
1	Thiết kế minisite	Thiết kế cửa hàng điện tử của doanh nghiệp trên Alibaba.com để nhấn mạnh điểm khác biệt của bạn
2	Đăng sản phẩm	Tiết kiệm thời gian và chi phí mà vẫn có chất lượng tin đăng cao
3	Quản lý tài khoản	Thuê ngoài tài khoản của bạn với chuyên gia nội bộ của chúng tôi
4	Digital Marketing	Tạo khách hàng tiềm năng với Digital Marketing tích hợp
5	Bảo trì tài khoản	Duy trì tài khoản của bạn tốt hơn với các chuyên gia nội bộ của chúng tôi để đạt được kết quả tốt hơn
6	Chụp ảnh sản phẩm	Chụp ảnh sản phẩm chuyên nghiệp để giới thiệu sản phẩm độc đáo của doanh nghiệp
7	Cung cấp thị trường dữ liệu xuất khẩu	Nhận thông tin chi tiết về thị trường xuất khẩu với khách hàng tiềm năng và thông tin về đối thủ cạnh tranh
8	Giải pháp hỗ trợ tuyển dụng nhân sự	Chúng tôi giúp bạn thuê và đào tạo nhân sự thương mại điện tử
9	Dịch vụ thiết kế và Code website	Giúp quý khách hàng tạo dựng thương hiệu trên Thương Mại Điện Tử và gia tăng thêm kênh bán hàng trên nền tảng số

PHẦN 2: TỔNG QUAN VỀ XUẤT KHẨU NÔNG SẢN VIỆT NAM

1. Kim ngạch xuất khẩu nông sản của Việt Nam năm 2020:

Năm 2020, một năm đầy khó khăn cho nền kinh tế thế giới và Việt Nam cũng không thể tránh được những ảnh hưởng nặng nề, nhất là đối với hoạt động xuất nhập khẩu của nước ta. Sẽ là không dễ dàng để Việt Nam có thể đạt được những hợp đồng mới nhằm nối lại và duy trì xuất khẩu. Thế nhưng, tổng kim ngạch xuất khẩu của nước ta năm 2020 vẫn đạt một con số ấn tượng: 544 tỷ USD, trong khi nhiều nước trên thế giới vẫn đang phải đối mặt với tình trạng tăng trưởng âm, hoạt động giao thương bị hạn chế đáng kể. Cùng với những thành tựu trong phòng chống sự lây lan của dịch bệnh Covid-19, xuất khẩu được xem là kỳ tích của Việt Nam và đã được nhiều quốc gia khác công nhận.

Nông sản là mặt hàng xuất khẩu nổi trội trong tổng kim ngạch xuất khẩu Việt Nam năm 2020 vừa qua, lập kỷ lục mới với giá trị xuất khẩu đạt 41,2 tỷ USD. Đó là thành quả đáng kinh ngạc của những người nông dân và các doanh nghiệp Việt đã nỗ lực nắm bắt từng cơ hội dù là nhỏ nhất để mang nông sản nước ta ra thế giới trong tình hình hết sức khó khăn do Covid-19.

Trong đó, xuất khẩu gạo Việt Nam đã lập kỷ lục về giá, trung bình khoảng 500 USD/tấn. Tuy khối lượng xuất khẩu giảm 3,5% nhưng lại tăng 9,3% về giá trị kim ngạch với hơn 3 tỷ USD trong năm 2020. Về chủng loại xuất khẩu, gạo chất lượng cao đạt 85% tỷ trọng xuất khẩu. Cụ thể giá trị xuất khẩu gạo trắng chiếm 40,7% tổng kim ngạch; gạo jasmine và gạo thơm chiếm 37,6%; gạo nếp chiếm 17,4%; gạo japonica và gạo giống Nhật chiếm 4,2% (tính đến tháng 11/2020).

Tuy nhiên, giá trị xuất khẩu nhiều mặt hàng nông sản đã bị sụt giảm nghiêm trọng như rau quả, hạt điều, cà phê... Đáng kể đến, giá trị xuất khẩu rau quả trong năm 2020 đạt 3,26 tỷ USD, giảm đến 13% so với năm 2019 trên hầu hết các chủng loại. Thanh long tiếp tục là mặt hàng giữ vị trí dẫn đầu trong tổng giá trị xuất khẩu rau quả với 35,8% nhưng giảm 10,3% so với cùng kỳ; kế đến là chuối chiếm 5,4%, giảm 13,1%; sầu riêng chiếm 4% nhưng giảm mạnh đến 52,9%... Các mặt hàng khác cũng có sự sụt giảm trong cả khối lượng lẫn giá trị kim ngạch: xuất khẩu hạt điều đạt 3,19 tỷ USD, giảm 3% so với cùng kỳ 2019; xuất khẩu cà phê đạt 2,66 tỷ USD, giảm 7,2%; hạt tiêu và chè chỉ đạt giá trị xuất khẩu khiêm tốn là 0,67 và 0,22 tỷ USD, giảm đến hơn 6,6% so với cùng kỳ 2019.

Bên cạnh những sự gam màu buồn trong kim ngạch xuất khẩu nông sản, vẫn có một số mặt hàng của nước ta đã tiến vào thị trường mới trong năm nay. Bưởi đào đường của Bắc Giang đã thành công xuất khẩu lần đầu tiên vào thị trường Nga; vải thiều tươi được chính thức xuất khẩu sang Nhật Bản; chuối Việt Nam được chuỗi siêu thị Lotte của Hàn Quốc chính thức bày bán. Điều này cho thấy nông sản Việt Nam ngày càng được thị trường thế giới ưa chuộng, thương hiệu càng được khẳng định và nâng tầm.

2. Nhu cầu nhập khẩu nông sản của thị trường quốc tế:

Từ lâu, nông sản đã là mặt hàng đóng góp lớn vào kim ngạch xuất khẩu cả nước. Nông sản Việt Nam được xuất khẩu sang hơn 180 thị trường trên thế giới đã gây được nhiều tiếng vang, đặc biệt là những thị trường lớn như EU, Hoa Kỳ, Trung Quốc... Với nhiều thuận lợi trong sản xuất các mặt hàng nông sản, hoa quả vùng nhiệt đới đặc trưng cho khí hậu của nước ta và đạt tiêu chuẩn kỹ thuật cao, khiến nông sản Việt chinh phục được các thị trường khó tính như EU, trữ lượng lớn có thể cung cấp cho những thị trường có nhu cầu tiêu thụ cao như Trung Quốc. Nhiều nông sản của Việt Nam giữ những vị trí đứng đầu trong xuất khẩu trên thế giới như cà phê, lúa gạo, chè, điều...

Trung Quốc là một trong những thị trường lớn và có truyền thống nhập khẩu nông sản Việt Nam. Là quốc gia có dân số đông nhất thế giới với hơn 1,44 tỷ người, nhu cầu tiêu thụ các sản phẩm nông sản của thị trường này để phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội địa cũng như để sản xuất chế biến là rất lớn. Tiềm năng và nhu cầu nhập khẩu các mặt hàng nông sản Việt của Trung Quốc là rất cao khi xu hướng thay đổi thị hiếu tiêu dùng và tốc độ đô thị hóa của quốc gia này ngày càng nhanh hơn. Trong năm vừa qua, tình hình xuất nhập khẩu nông sản giữa hai nước vẫn đang tiến triển tích cực. Do ảnh hưởng nặng nề từ Covid-19 nên tổng kim ngạch xuất khẩu của nông sản Việt sang Trung Quốc bị sụt giảm khoảng 9% so với cùng kỳ năm 2019. Mặt hàng xuất khẩu chính sang thị trường này là rau quả cũng đã phải đối mặt với tình trạng này, giảm đến hơn 25% so với năm 2019.

Ấn Độ cũng đang là thị trường rất tiềm năng cho nông sản Việt Nam. Ông Atul Kumar Saxena, Chủ tịch các Phòng Thương mại và Công nghiệp các nhà nhập khẩu Ấn Độ (IICCI) cho biết các loại nông sản tươi của Việt Nam như thanh long, chôm chôm hay các sản phẩm chế biến như cà phê hòa tan đang rất được người tiêu dùng Ấn Độ ưa chuộng. Các sản phẩm này đã có mặt tại nhiều trung tâm thương mại, nhà hàng, khách sạn 5 sao và đặc biệt, thanh long là món ăn tráng miệng yêu thích tại các tiệc cưới sang trọng ở Ấn Độ. Ngoài ra, còn nhiều mặt hàng khác của Việt Nam có tiềm năng lớn để xuất khẩu sang thị trường Ấn Độ như: các sản phẩm hạt điều, cà phê, hồ tiêu, cao su, gia vị, thảo quả... Với dân số xấp xỉ 1,4 tỷ người, Ấn Độ cũng là quốc gia có dung lượng thị trường tiêu thụ rất cao tương tự như Trung Quốc, là cơ hội lớn cho xuất khẩu các sản phẩm nông sản của Việt Nam.

PHẦN 3: LỢI THẾ VÀ THÁCH THỨC CỦA NÔNG SẢN VIỆT TRÊN THỊ TRƯỜNG QUỐC TẾ

1. Lợi thế của nông sản Việt Nam khi xuất khẩu:

Hội nhập kinh tế mang lại những cơ hội rất lớn cho Việt Nam trong việc mở rộng thị trường, xuất khẩu nông sản. Với những lợi thế về nông nghiệp và điều kiện tự nhiên, nông sản Việt Nam đang có những thế mạnh nhất định để cạnh tranh với hàng hóa nông sản quốc tế.

1.1. Lợi thế trong sản xuất

Là quốc gia nằm trong vùng nội chí tuyến, Việt Nam có rất nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển, sản xuất nông nghiệp. Với mức tăng trưởng bình quân đạt 3.5%/năm, mức cao ở khu vực Châu Á nói chung và khu vực Đông Nam Á nói riêng. Sau khoảng thời gian thiếu lương thực kéo dài năm 1989, Việt Nam đã dần vươn mình thành quốc gia xuất khẩu nông sản lớn trên thế giới. Giai đoạn năm 2008-2017, tốc độ tăng trưởng GDP toàn ngành nông nghiệp của Việt Nam đạt bình quân 2.66%/năm, năm 2018 đạt 3.76%, đến năm 2019 đạt 2.2% và năm 2020, mặc dù bị ảnh hưởng nặng nề của đại dịch Covid nhưng tăng trưởng GDP ngành nông nghiệp của Việt Nam vẫn đạt 2.65%.

Cơ cấu nội ngành nông nghiệp chuyển dịch theo hướng phát huy lợi thế để phù hợp với thị trường và thích ứng với biến đổi khí hậu, phát triển theo tiêu chuẩn VietGAP với trên 62% số xã đạt chuẩn nông thôn mới. Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn đã đề ra mục tiêu năm 2021 tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất trên 2.8-3% với tỷ lệ xã đạt chuẩn nông thôn mới là 70%; ít nhất 200 đơn vị cấp huyện đạt chuẩn/hoàn thành nhiệm vụ xây dựng nông thôn mới; Tỷ lệ dân cư nông thôn được sử dụng nước hợp

vệ sinh 91%; Thành lập mới 2.000 HTX nông nghiệp; cả nước có 19.500 Hợp tác xã Nông nghiệp trong đó trên 16.500 Hợp tác xã Nông nghiệp hoạt động hiệu quả.

Hiện tại, năng suất lúa của Việt Nam đang cao nhất Đông - Nam Á, đạt 5,6 tấn/ha, gần gấp đôi so với Thái-lan và 1,5 lần so với Ấn Độ; trở thành quốc gia có chỉ số bền vững an ninh lương thực cao hơn phần lớn các quốc gia đang phát triển ở châu Á. Năm 2020, mặc dù phải gánh chịu thời tiết bất thường, thiên tai, dịch bệnh (dịch tả lợn châu Phi, dịch Covid-19...), nhưng nhờ đẩy mạnh áp dụng khoa học kỹ thuật, tái cơ cấu sản xuất, ngăn ngừa kiểm soát dịch bệnh, dự kiến diện tích, sản lượng các loại nông sản hàng hóa vẫn ổn định và tăng so với năm 2019, bảo đảm an ninh lương thực trong bất cứ hoàn cảnh nào.

Năm 2020, với sự đả kích cực lớn từ dịch COVID và lũ lụt miền Trung làm ảnh hưởng và thiệt hại rất lớn cho ngành nông nghiệp. “Vượt bão” năm 2020, ngành Nông nghiệp đã thực hiện “mục tiêu kép” vừa phát triển ngành, vừa phòng chống dịch bệnh.

1.2. Lợi thế trong xuất khẩu:

Theo báo cáo của Bộ Công thương, trong năm 2020, với những ảnh hưởng nghiêm trọng của dịch COVID, xuất khẩu nhóm nông sản, thủy sản Việt Nam ước giảm 2,5%, tuy nhiên kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản vẫn đạt 41,25 tỷ USD. Năm 2020 cũng ghi nhận nhiều thành tựu quan trọng như ký kết nhiều hiệp Thương mại tự do (FTA) như Hiệp định Đối tác kinh tế toàn diện khu vực (RCEP), Hiệp định thương mại tự do giữa Việt Nam và Vương quốc Anh (UKVFTA), Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA). Cùng với nâng cao năng lực cung cấp và mở cửa hội nhập sâu rộng và toàn diện, Việt Nam đang dần trở thành nhà cung cấp lớn trên thị trường Nông lâm thủy sản toàn cầu, khẳng định vị trí trên thị trường Thương mại quốc tế.

Năm 2020, nền nông nghiệp Việt Nam đối mặt với rất nhiều thách thức lớn như dịch COVID, thiên tai lũ lụt, dịch bệnh nguy hiểm như dịch tả lợn Châu Phi. Với sự lãnh đạo của Đảng, Nhà nước, sự nỗ lực của toàn ngành và người dân, Việt Nam không những đảm bảo nhu cầu

tiêu dùng trong nước mà còn vượt các nước như Thái Lan, Ấn Độ về xuất khẩu gạo (đạt 3 tỷ USD năm 2020). Các mặt hàng như thủy sản, rau quả, cây công nghiệp, đồ gỗ... cũng đã khẳng định được vị thế và khả năng cạnh tranh trên thị trường thế giới. Việc xuất khẩu sang gần 200 thị trường, trong đó có những thị trường giá trị cao như Mỹ, EU, Nhật Bản, Trung Quốc... đã đưa giá trị xuất khẩu nông, lâm, thủy sản Việt Nam hiện đứng thứ 2 Đông Nam Á và thứ 15 thế giới.

1.3. Nhanh nhạy, uyển chuyển trong xuất khẩu :

Với quy mô đầu tư vào nông nghiệp ngày càng nhiều của các doanh nghiệp hiện nay, tập trung vào vận hành các khâu từ sản xuất - chế biến - tiêu thụ sản phẩm nông sản, ngoài ra doanh nghiệp còn đẩy mạnh, nhanh nhạy, uyển chuyển trong xúc tiến thương mại, mở ra nhiều thị trường xuất khẩu mới như vải thiều tươi sang Nhật Bản, bưởi vào Chi Lê, chanh leo sang Châu Âu..., ngay khi nhận thấy sự sụt giảm xuất khẩu sang thị trường Trung Quốc.

Riêng với một số ngành như sản xuất đồ gỗ, đẩy mạnh phát triển trên các kênh trực tuyến như Alibaba.com được xem là một bước ngoặt đưa sản phẩm nông sản của Việt Nam tiếp cận đến khách hàng quốc tế hơn. Kết quả thu được là nhóm sản phẩm đồ gỗ đã bứt tốc trong những tháng cuối năm 2020 với kim ngạch xuất khẩu trên 12,6 tỷ USD, tăng 11,5% so với năm 2019; giá trị lâm sản xuất siêu đạt trên 10 tỷ USD, cao nhất từ trước đến nay, tiếp tục đứng trong 10 nhóm sản phẩm xuất khẩu chủ lực của Việt Nam.

1.4. Trợ lực từ các Hiệp định Thương mại quốc tế (FTA):

Ngay trong tháng đầu tiên EVFTA có hiệu lực, các mặt hàng nông sản Việt Nam xuất sang EU đã tăng 15 - 17% so với cùng kỳ năm 2019. Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản sang châu Âu ghi nhận tăng trưởng nhanh hơn, với tổng trị giá xuất khẩu từ ngày 1/8 đến hết tháng 9 đạt hơn 766 triệu USD. "So với các nước đối thủ cạnh tranh khác tại thị trường này, các sản phẩm của Việt Nam đang có lợi thế khi hưởng thuế 0%. Như sản

phẩm tôm sú, tôm chân trắng đông lạnh (mã HS03 đang chiếm khoảng 30% giá trị xuất khẩu thủy sản của Việt Nam) so với Thái Lan đang bị áp mức thuế cơ bản 12%, Ấn Độ chịu thuế GSP 4,2%, Indonesia chịu thuế GSP 4,2%". Ông Nguyễn Quốc Toàn, Cục trưởng Cục Chế biến và phát triển thị trường nông sản nhận định.

Hiệp định CPTPP cũng góp phần giúp xuất khẩu Việt Nam tăng trưởng mạnh mẽ hơn, theo Bộ Công thương, nửa đầu năm 2020, xuất khẩu sang các thị trường các nước thành viên CPTPP có tăng trưởng tích cực như: xuất khẩu sang Australia tăng 2,3%; Chile tăng 1,6%; Mexico tăng 2,6%... Tuy mức tăng trưởng chưa quá cao, song nếu đặt trong bối cảnh dịch Covid-19 đã và đang bị ảnh hưởng lớn, gây sụt giảm mạnh kim ngạch xuất khẩu hàng hóa thì kết quả này là tương đối lạc quan. Trước đó, năm 2019, mặc dù Hiệp định đưa vào thực thi chưa đủ một năm, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam với các nước trong thị trường CPTPP có mức tăng trưởng khá, đặc biệt là hai thị trường trước đây chưa tham dự Hiệp định thương mại tự do là Canada và Mexico đều tăng ở mức từ 26-29%. Nếu như các năm trước, với tổng thể thị trường CPTPP, Việt Nam nhập siêu ở mức 0,9 tỷ USD/năm thì sang năm 2019, năm đầu tiên CPTPP có hiệu lực, cả nước đã xuất siêu 1,6 tỷ USD sang khối thị trường này. Kết quả xuất siêu tiếp tục được duy trì đến nửa đầu năm 2020 với nhiều thị trường trong khối như Canada, Mexico, Peru...

1.5. Xúc tiến Thương mại trực tuyến:

Theo Báo cáo của Bộ Công thương, các hoạt động Xúc tiến thương mại trực tuyến đã giúp doanh nghiệp xuất khẩu Việt Nam tiết kiệm chi phí Xúc tiến thương mại mà vẫn duy trì và phát triển tốt quan hệ với đối tác nước ngoài ở khắp 5 châu lục (55 thị trường xuất khẩu của Việt Nam, gồm cả các thị trường lớn như Trung Quốc, Mỹ, EU, Nhật và thị trường tiềm năng như Châu Phi, Úc...), huy động cả hệ thống tham tán thương mại Việt Nam ở nước ngoài vào cuộc góp phần hỗ trợ các địa phương, bà con nông dân tiêu thụ nông sản kịp thời trong hoàn cảnh không thể thực hiện hoạt động Xúc tiến thương mại trên thực tế ở nước ngoài.

Bộ Công Thương cũng đã trực tiếp tổ chức và hỗ trợ kỹ thuật và phối

hợp với các địa phương như Bắc Giang, Sơn La, Phú Thọ, Hưng Yên, Yên Bái, Tuyên Quang, Lâm Đồng, Cà Mau... tổ chức thành công các hội nghị Xúc tiến thương mại trực tuyến nhằm quảng bá và kết nối tiêu thụ nông sản, thủy sản vào vụ như vải, nhãn, xoài, rau-củ-quả... Đến nay, mô hình này đã trở thành hình thức Xúc tiến thương mại - Điện tử mới, hiệu quả và lan tỏa ra hầu hết các địa phương, hiệp hội và doanh nghiệp trên cả nước, qua đó góp phần tích cực vào kết quả xuất - nhập khẩu của cả nước trong năm 2020.

Bộ Công thương cũng nhấn mạnh chú trọng các mặt hàng nông sản trong thúc đẩy sự phát triển và phát huy hiệu quả vai trò thị trường trong nước, ứng dụng mạnh mẽ công nghệ thông tin trong hoạt động thương mại, phát triển mạnh thương mại điện tử và sự gắn kết giữa thương mại điện tử với các loại hình hoạt động thương mại truyền thống.

1.6. Kiểm soát tốt dịch Covid-19 trong nước:

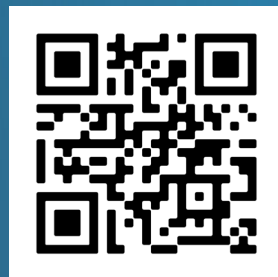
Nhiều chuyên gia kinh tế, chuyên gia nông nghiệp nhận định, Covid-19 sẽ không phải là thách thức lớn cho sản xuất nông nghiệp Việt Nam mà ngược lại, Việt Nam hoàn toàn có khả năng biến đây trở thành lợi thế lớn của nông sản Việt so với đối thủ trên thế giới. Hiện nay, tình hình dịch bệnh Covid-19 ở Việt Nam vẫn luôn được khống chế tốt với các biện pháp phòng, chống và kiểm soát hiệu quả của Nhà nước. Người dân an tâm tham gia sản xuất, doanh nghiệp cũng tự tin đầu tư vào nông nghiệp giúp nguồn cung cho các doanh nghiệp chế biến xuất khẩu luôn được duy trì và kịp thời. Đây là lợi thế của Việt Nam trước các đối thủ cạnh tranh về xuất khẩu nông sản như: Ấn Độ, Thái Lan, Indonesia... vẫn còn đang chật vật với các biện pháp cách ly, kiểm soát dịch bệnh nên chưa thể phục hồi được sản xuất để kịp thời cung ứng ra thế giới.

Mặc dù chưa thể khống chế hoàn toàn dịch bệnh nhưng các thị trường chính của nông sản Việt Nam như: Trung Quốc, Mỹ, EU, Nhật Bản... đã dần kiểm soát được tình hình dịch bệnh trong nước. Cục Xuất nhập khẩu, Bộ Công Thương dự báo nhu cầu nhập khẩu nông sản của các thị trường này, điển hình là Trung Quốc sẽ tăng cao trở lại để bù đắp cho sự thiếu hụt thực phẩm của khoảng thời gian dịch Covid-19 hoành



**BÁO CÁO
TÌNH HÌNH XUẤT KHẨU
NÔNG SẢN VIỆT NAM 2020**

SCAN ĐỂ NHẬN FULL EBOOK



innovativehub.com.vn