



BẢN TIN RAU QUẢ THẾ GIỚI TUẦN LỄ TỪ 02-06/12/2024

Thực hiện : **HIỆP HỘI RAU QUẢ VIỆT NAM**

---o---
TUẦN 47

Tin nổi bật :

- Chanh leo Việt Nam xuất vào Mỹ năm tới 2025
- Buổi Tân Mỹ của Việt Nam được công nhận trên toàn cầu thông qua nỗ lực hợp tác
- Nhập khẩu rau quả của Việt Nam tăng 15,7% trong năm 2024, Hoa Kỳ tìm cách giảm thuế
- Báo cáo thị trường trái cây bán buôn tuần 48- TQ
- Ông Trump bắn phát súng cảnh báo sớm vào những đối thủ cạnh tranh tiềm tàng của USD
- Bill Gates đầu tư lĩnh vực nông nghiệp
- Nghiên cứu liên kết lượng trái cây và rau quả cao hơn với việc giảm trầm cảm ở người lớn trên 45 tuổi
- Doanh số bán táo nhập khẩu chậm lại, trong khi thanh long Việt Nam tăng
- Nhân mức gian lận làm tăng giá trái cây nội địa tại các thị trường Trung Quốc
- FTA Philippines-Hàn Quốc thúc đẩy xuất khẩu trái cây nhiệt đới bằng cách cắt giảm thuế quan theo từng giai đoạn
- Công ty khởi nghiệp Victoria thử nghiệm nhãn hiệu laser để thay thế nhãn dán trái cây bằng nhựa
- Philippines trở thành nước xuất khẩu bơ Hass đầu tiên của Châu Á sang Nhật Bản
- Bang Tripura - Ấn Độ- khám phá sản xuất rượu mít
- Ba Lan và Việt Nam hoàn tất thỏa thuận kiểm dịch thực vật cho xuất khẩu việt quất .
- "Sự phục hồi chậm chạp của ngành bán lẻ châu Âu"
- Sản lượng bơ kỷ lục của Úc giúp giá bơ duy trì ở mức thấp nhưng phải đối mặt với thách thức xuất khẩu
- Giá Rau quả trong tuần 02/12/2024

-----o-----

-Chanh leo Việt Nam xuất vào Mỹ năm tới 2025

Dự kiến năm 2025, Việt Nam sẽ có thêm sản phẩm chanh leo xuất sang Mỹ, còn vài thiếu đang hoàn thiện hồ sơ để tiếp cận thị trường Hàn Quốc.

Thông tin được ông Trần Văn Chiến, Phó Giám đốc Trung tâm Kiểm dịch thực vật sau nhập khẩu I (Cục Bảo vệ thực vật), chia sẻ tại diễn đàn về nâng cao chất lượng và chuỗi giá trị nông sản miền Bắc, do Cục trồng trọt và các đơn vị liên quan tổ chức ngày 6/12.

Ông Chiến cho biết phía Việt Nam với Mỹ đang đàm phán về biện pháp kiểm dịch thực vật với quả chanh leo tươi. Dự kiến quá trình này sẽ hoàn tất năm 2025.

Hồi tháng 8, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn cho hay đã hoàn tất quá trình đàm phán kỹ thuật, chuyển sang thực hiện các thủ tục pháp lý cho phép nhập khẩu chanh leo Việt Nam vào thị trường Mỹ.

Hiệp hội Rau quả Việt Nam dự báo kim ngạch xuất khẩu chanh leo qua Mỹ mỗi năm sẽ đạt từ 50-100 triệu USD/ năm



Ông Trần Văn Chiến chia sẻ tại hội thảo.

Trước khi đàm phán xuất khẩu chanh leo qua Mỹ, Việt Nam cũng đàm phán xuất loại quả này thành công qua thị trường Australia hồi tháng 8/2024. Khi đó, chanh leo trở thành loại trái cây thứ 5 được xuất chính ngạch sang Australia, sau xoài, nhãn, vải thiều và thanh long.

Theo ông Chiến, chanh leo xuất qua Australia được yêu cầu nguyên quả, không có cuống hoặc nếu có không quá 3 cm. Phải được cấp mã vùng trồng và cơ sở đóng gói trước khi xuất khẩu.

Không nhiễm các sinh vật gây hại bị cấm. Lô chanh leo phải được chiếu xạ 400 Gy; tuân thủ yêu cầu về đóng gói cũng như kiểm dịch thực vật.

Còn với thị trường Trung Quốc, chanh leo đang được xuất khẩu theo kiểu tạm thời và chỉ được xuất khẩu qua một số cửa khẩu chỉ định như Hữu Nghị, Tân Thanh, Tà Lùng... Chỉ cần phát hiện sinh vật gây hại sẽ tạm dừng mã số vùng trồng, cơ sở đóng gói.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, cả nước hiện có gần 9.500 ha trồng chanh leo chủ yếu tập trung ở Tây Nguyên, mỗi năm cho sản lượng gần 190.000 tấn và nằm trong số 18 loại trái cây có sản lượng trên 100.000 tấn một năm. Đặc biệt, 80% sản lượng chanh leo thu hoạch hàng năm được doanh nghiệp thu mua chế biến xuất khẩu.

Năm 2023, kim ngạch xuất khẩu loại quả này đạt hơn 222 triệu USD. Hiện nay, các nước châu Âu là thị trường xuất khẩu lớn nhất của sản phẩm chế biến dịch chanh leo cấp đông.

Ngoài ra, đối với quả vải, quy trình mở cửa thị trường Hàn Quốc cũng đang hoàn tất. Hiện Việt Nam đã xuất khẩu chính ngạch 19 loại trái cây và nông sản tươi sang các thị trường lớn như Trung Quốc, Mỹ, Hàn Quốc, Nhật Bản, EU và Australia. Các sản phẩm chủ lực bao gồm thanh long, mít, xoài, nhãn, chuối, sầu riêng tươi, và một số loại trái cây đông lạnh.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, rau quả Việt Nam bứt phá với kim ngạch đạt 6,6 tỷ USD sau 11 tháng, tăng 28,2% so với năm trước. Toàn ngành tự tin cán mốc kỷ lục 7,2 tỷ USD năm 2024.

Tuy nhiên, xuất khẩu nông sản Việt Nam vẫn phụ thuộc lớn vào thị trường Trung Quốc, chiếm tới 66,5% tổng kim ngạch. Điều này tiềm ẩn rủi ro nếu có thay đổi về chính sách nhập khẩu.



Vải thiều tại Bắc Giang.

Gần đây, các sản phẩm chế biến đang tăng trưởng mạnh, đạt giá trị 1,1 tỷ USD trong 10 tháng đầu năm. Thế nhưng, theo các chuyên gia, ngành chế biến mới đáp ứng 10-17% sản lượng rau quả một năm. Phần lớn vẫn được xuất khẩu dưới dạng tươi hoặc sơ chế, với tỷ lệ tổn thất sau thu hoạch lên tới 20%.

Theo PGS TS Phạm Anh Tuấn, Viện trưởng Viện Cơ điện Nông nghiệp và Công nghệ sau thu hoạch, cả nước có 150 nhà máy chế biến hiện đại và khoảng 7.500 cơ sở bảo quản nhỏ lẻ. Con số này còn khá khiêm tốn so với quy mô sản xuất của Việt Nam.

Đề xuất khâu bền vững, các nhà chức trách cho rằng, các doanh nghiệp cần tuân thủ các quy định về kiểm dịch, quản lý vùng trồng, đóng gói và chế biến nghiêm ngặt. Điều này không chỉ nâng cao uy tín sản phẩm mà còn tạo cơ hội tiếp cận bền vững với các thị trường quốc tế. Theo ông Chiến, mỗi thị trường có tiêu chuẩn riêng. Chẳng hạn, Mỹ cấm các loại sinh vật gây hại trên bưởi như ruồi đục quả, sâu đục quả, một số loại nấm. Trong khi đó, New Zealand lại cấm thêm rầy chổng cánh, rệp sáp, bọ trĩ, nhện đỏ. **Việt An - Thi Hà – vnexpress.net**

-Bưởi Tân Mỹ của Việt Nam được công nhận trên toàn cầu thông qua nỗ lực hợp tác



Bưởi từ làng Tân Mỹ ở tỉnh Bình Dương, Việt Nam đã được công nhận nhiều hơn, nhờ những nỗ lực của Lê Minh Sang, Giám đốc 43 tuổi của Hợp tác xã cây ăn quả Tân Mỹ. Sáng kiến của Sang không chỉ nâng cao vị thế của bưởi Tân Mỹ mà còn cải thiện sinh kế của nông dân địa phương bằng cách đưa nghề trồng táo vào điều kiện khó khăn của khu vực. Bắt đầu với một trang trại bưởi rộng 10 ha cách đây 18 năm, các hoạt động nông nghiệp của Sang đã mở rộng, dẫn đến việc thành lập hợp tác xã đầu tiên tại địa phương của anh vào năm 2015. Hợp tác xã này, ban đầu bao gồm 8 nông dân, đã phát triển lên đến 22 nông dân trồng nhiều loại trái cây trên 62 ha, với sản lượng hàng năm đạt khoảng 1.000 tấn và tạo ra lợi nhuận khoảng 800.000 đô la Mỹ. Hợp tác xã đóng vai trò quan trọng trong việc kết nối các thành viên của mình với các cơ hội tài trợ và mạng lưới hỗ trợ đồng thời cung cấp việc làm ổn định cho 30 công nhân.

Việc đưa vào sử dụng máy móc, thiết bị và công nghệ tiên tiến là một khía cạnh quan trọng trong chiến lược của hợp tác xã, tập trung vào việc đáp ứng các tiêu chuẩn xuất khẩu cho thị trường Trung Quốc, Singapore và Châu Âu. Điều này bao gồm việc áp dụng mã QR để truy xuất nguồn gốc sản phẩm và đăng ký thương hiệu.

Mở rộng các dự án nông nghiệp của mình, Sang đã phát triển một trang trại mới tại huyện Tuy Phong, tỉnh Bình Thuận, áp dụng các tiêu chuẩn GlobalGAP, hệ thống tưới tiêu năng lượng mặt trời và các giải pháp chế biến sau thu hoạch tiên tiến. Sáng kiến này đã biến đổi đất khô cằn thành những vườn táo năng suất, với kế hoạch thành lập một hợp tác xã chuyên biệt cho các sản phẩm nông nghiệp địa phương. Những nỗ lực của Sang đã được công nhận trên toàn quốc, với cả anh và hợp tác xã đều nhận được danh hiệu vì những đóng góp của họ cho ngành nông nghiệp Việt Nam. Nguồn: VOVWORLD

-Nhập khẩu rau quả của Việt Nam tăng 15,7% trong năm 2024, Hoa Kỳ tìm cách giảm thuế

Trong mười tháng đầu năm 2024, Việt Nam đã chứng kiến sự gia tăng đáng kể về nhập khẩu rau quả, đạt gần 1,87 tỷ đô la Mỹ, tăng 15,7% so với cùng kỳ năm trước. Sự gia tăng đột biến về nhập khẩu này có thể là do sự gia tăng đáng kể từ Hoa Kỳ, Thái Lan và Myanmar, với mức tăng lần lượt khoảng 30%, 31,1% và 33,1%.



Riêng tháng 10, kim ngạch nhập khẩu rau quả của Việt Nam đạt gần 211,7 triệu đô la, tăng 30,8% so với cùng kỳ năm trước. Các nhà cung cấp rau quả chính cho Việt Nam trong giai đoạn này là Trung Quốc, Hoa Kỳ, Úc và Myanmar, trong đó Trung Quốc là nhà cung cấp lớn nhất. Tổng kim ngạch xuất khẩu của Trung Quốc sang Việt Nam đạt 794 triệu đô la, chiếm 42,5% tổng kim ngạch nhập khẩu rau quả của Việt Nam và tăng 21,2% so với cùng kỳ năm trước.

Hoa Kỳ là nhà cung cấp lớn thứ hai, với kim ngạch xuất khẩu đạt 336 triệu đô la, tăng gần 30% và chiếm 18% tổng kim ngạch nhập khẩu của Việt Nam trong danh mục này. Các sản phẩm nông nghiệp của Hoa Kỳ đã tìm được thị trường tại Việt Nam bao gồm nhiều loại trái cây như táo, nho, cam, anh đào, lê, việt quất, đào và xuân đào.

Mặc dù thị trường đang phát triển, trái cây Hoa Kỳ xuất khẩu sang Việt Nam phải đối mặt với mức thuế nhập khẩu cao, trong đó mận, việt quất và quýt phải chịu mức thuế lần lượt là 20%, 15% và 20%. Các mức thuế này đặt ra thách thức đối với việc mở rộng hơn nữa xuất khẩu trái cây Hoa Kỳ sang Việt Nam.

Trong bối cảnh đó, các cuộc thảo luận tại Hội nghị Thượng đỉnh Doanh nghiệp Việt Nam - Hoa Kỳ lần thứ bảy bao gồm cả việc đàm phán tiềm năng về Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) song phương giữa Việt Nam và Hoa Kỳ. Một thỏa thuận như vậy có thể mở đường cho những điều kiện thuận lợi hơn cho doanh nghiệp ở cả hai nước, bao gồm việc giảm thuế đối với các sản phẩm nông nghiệp như trái cây và rau quả, qua đó tăng cường quan hệ thương mại giữa hai nước. Nguồn: Vietnam News

-Báo cáo thị trường trái cây bán buôn tuần 48- TQ



Sầu riêng chủ yếu là Kanyao Việt Nam, số lượng tăng so với hai tuần trước, dẫn đến giá giảm. Hiện tại, quy cách A3 khoảng 400 yên/hộp, thấp hơn khoảng 10% so với trước. Tuy nhiên, do số lượng ít trong năm nay nên giá vẫn cao hơn cùng kỳ năm ngoái. Một số thương nhân dự đoán giá sẽ sớm tăng vì khu vực sản xuất ít nguồn cung và chi phí tăng.

-Ông Trump bắn phát súng cảnh báo sớm vào những đối thủ cạnh tranh tiềm tàng của USD

Đồng USD – biểu tượng sức mạnh kinh tế của Mỹ – đang đứng trước các ý tưởng thách thức từ nhóm quốc gia BRICS. Donald Trump, với phong cách mạnh mẽ, đã lập tức đưa ra những tuyên bố cứng rắn để khẳng định quyết tâm duy trì quyền lực của đồng tiền này.

Ông Donald Trump bảo vệ đồng USD một cách quyết liệt

Đồng USD đã giữ vai trò là trung tâm của thương mại toàn cầu trong suốt 8 thập kỷ qua, mang lại lợi ích to lớn cho Mỹ. Nhờ sức hút của USD, Washington dễ dàng vay nợ để tài trợ cho các khoản chi tiêu chính phủ, trong khi người dân Mỹ tiếp cận được các khoản vay mua nhà, xe hơi hay học phí với chi phí thấp.

Tuy nhiên, một số quốc gia – đặc biệt là nhóm BRICS gồm Brazil, Nga, Ấn Độ, Trung Quốc và Nam Phi – đang tìm cách giảm sự phụ thuộc vào USD, mở ra nguy cơ làm suy yếu vị thế độc tôn của đồng tiền này. Trump, với tư cách là tổng thống đắc cử, khẳng định sẽ không để điều đó xảy ra. Ông tuyên bố trên mạng xã hội rằng bất kỳ quốc gia nào cố gắng rời bỏ USD sẽ phải đối mặt với mức thuế 100%, đồng thời nhấn mạnh: “Hãy tạm biệt nước Mỹ nếu bạn làm vậy!”

Trong bối cảnh Mỹ gia tăng sử dụng các biện pháp trừng phạt kinh tế và thuế quan để đạt được mục tiêu chính trị, nhiều quốc gia bắt đầu lo ngại rằng họ quá phụ thuộc vào USD. Nga, sau khi chịu loạt trừng phạt nặng nề từ Mỹ và phương Tây vì cuộc xung đột ở Ukraine, đã đề xuất các kênh thanh toán xuyên biên giới sử dụng nội tệ trong khuôn khổ BRICS.

Dù vậy, ý tưởng về một đồng tiền thay thế USD vẫn chỉ dừng lại ở mức thảo luận và chưa có kế hoạch cụ thể nào được triển khai. Ngay cả Trung Quốc – quốc gia công khai muốn cạnh tranh với USD – cũng vừa phát hành trái phiếu chính phủ bằng đồng USD và nhận được lượng lớn nhà đầu tư tham gia.

Việc sử dụng thuế quan như một công cụ để duy trì vị thế của USD có thể khiến nhiều quốc gia cảm thấy bị ép buộc, dẫn đến bất ổn địa chính trị. Một số nhà phân tích cho rằng chính sự hấp dẫn tự nhiên của USD – với độ sâu và thanh khoản của thị trường tài chính Mỹ – mới là yếu tố then chốt giúp đồng tiền này giữ vững vị thế.

Daniel McDowell, một giáo sư chuyên nghiên cứu về chính sách tiền tệ quốc tế, nhận định: “Nếu phải sử dụng đến biện pháp cưỡng chế chính trị để duy trì sự thống trị của đồng USD, điều đó chứng tỏ có vấn đề cơ bản về sức hút kinh tế của đồng tiền này.”



Ông Trump quyết liệt bảo vệ đồng USD

Tương lai của đồng USD sẽ ra sao dưới áp lực toàn cầu?

Trump đã lựa chọn Scott Bessent làm ứng viên Bộ trưởng Tài chính – một người có kinh nghiệm sâu rộng về thị trường tiền tệ toàn cầu. Bessent từng tham gia vào vụ đặt cược trị giá 10 tỷ USD giúp phá giá đồng bảng Anh khi còn làm việc cho [George Soros](#). Ông cũng nghiên cứu sâu về các hiệp định tiền tệ lịch sử, như Plaza Accord và Louvre Accord trong thập niên 1980.

Dù Trump muốn bảo vệ vai trò toàn cầu của USD, Bessent đã cảnh báo rằng các điều chỉnh về tỷ giá chỉ mang lại thay đổi hạn chế trong việc cải thiện các vấn đề cấu trúc kinh tế. Ông nhấn mạnh rằng sự ổn định về chính sách và quy định mới là yếu tố cần thiết để duy trì sức hấp dẫn của USD.

Mặc dù nhóm BRICS chưa có kế hoạch rõ ràng để thay thế USD, xu hướng giảm phụ thuộc vào đồng tiền này có thể gia tăng nếu Mỹ tiếp tục lạm dụng biện pháp trừng phạt và ép buộc. Tuy nhiên, các chuyên gia cho rằng vai trò của USD vẫn sẽ được duy trì trong tương lai gần nhờ quy mô kinh tế Mỹ và hệ thống tài chính sâu rộng.

Trump, với cách tiếp cận quyết liệt, muốn gửi đi thông điệp rằng ông không sẵn sàng để lịch sử ghi nhận mình là người làm suy yếu quyền lực của đồng USD. Nhưng liệu những biện pháp mạnh tay có giúp củng cố hay làm tổn thương vị thế của USD, vẫn còn là một câu hỏi mở.

Xuyên Chi (Theo Bloomberg)

-Bill Gates đầu tư lĩnh vực nông nghiệp



Bill Gates, nhà đồng sáng lập Microsoft và một trong những tỷ phú giàu có nhất thế giới, đã mở rộng các khoản đầu tư của mình sang lĩnh vực nông nghiệp, với việc sở hữu khoảng 275.000 mẫu đất nông nghiệp trên khắp nước Mỹ. Trong số đó, nổi bật là trang trại 100 Circle Farms ở tiểu bang Washington, nơi trồng khoai tây cung cấp nguyên liệu cho món khoai tây chiên trứ danh của McDonald's.

Không dừng lại ở vai trò nhà đầu tư nông nghiệp, Bill Gates còn là một trong số ít những người trên thế giới sở hữu McDonald's Gold Card – chiếc thẻ đặc quyền cho phép ông thưởng thức miễn phí mọi bữa ăn tại bất kỳ cửa hàng McDonald's nào trên toàn cầu. Đây là ưu đãi đặc biệt chỉ dành cho một nhóm cá nhân nổi tiếng như Warren Buffett và diễn viên Rob Lowe.

Sự kết hợp giữa đầu tư vào công nghệ, nông nghiệp, và ngành dịch vụ của Bill Gates cho thấy tầm nhìn chiến lược của ông trong việc phát triển các lĩnh vực khác nhau nhưng có sự liên kết chặt chẽ. Trang trại khoai tây này vừa cung cấp nguồn nguyên liệu chất lượng cao, vừa tạo ra hàng ngàn việc làm, góp phần phát triển kinh tế địa phương.

Điều thú vị hơn, Gates từng chia sẻ rằng, dù sở hữu chiếc thẻ Gold Card, ông không phải lúc nào cũng sử dụng nó. Bill Gates đã được bắt gặp xếp hàng như mọi người tại một quầy McDonald's ở Seattle để mua một bữa sáng đơn giản. Khoảnh khắc này cho thấy dù là một tỷ phú, ông vẫn giữ được nét giản dị trong lối sống.

Việc đầu tư của Bill Gates thể hiện rõ sự đa dạng hóa trong kinh doanh và cả sự nhạy bén với những ngành công nghiệp thiết yếu như nông nghiệp và thực phẩm. Ông đã thành công trong việc kết nối các lĩnh vực tưởng như không liên quan, mang lại hiệu quả kinh tế và giá trị nhân văn đáng kể. Nguồn : [Nông Nghiệp Hiện đại](#).

-Nghiên cứu liên kết lượng trái cây và rau quả cao hơn với việc giảm trầm cảm ở người lớn trên 45 tuổi



Nghiên cứu do Trung tâm Lão hóa Não bộ Khỏe mạnh (CHeBA) tại UNSW Sydney dẫn đầu đã sử dụng bốn nghiên cứu song sinh quốc tế lớn để khám phá tác động của việc tiêu thụ trái cây và rau quả đối với các triệu chứng trầm cảm ở người lớn từ 45 tuổi trở lên. Nghiên cứu này, trải dài trên khắp Úc, Đan Mạch, Thụy Điển và Hoa Kỳ, bao gồm 3.483 cặp song sinh và theo dõi mối liên hệ giữa thói quen ăn uống và chứng trầm cảm trong hơn 11 năm. Được công bố trên Scientific Reports, nghiên cứu này làm nổi bật mối tương quan giữa lượng trái cây và rau quả tiêu thụ cao hơn và các triệu chứng trầm cảm giảm theo thời gian.

Tiến sĩ Annabel Matison, tác giả chính của nghiên cứu, nhấn mạnh giá trị của việc tăng lượng trái cây và rau quả ở người lớn trên 45 tuổi để có khả năng làm giảm các triệu chứng trầm cảm. Nghiên cứu này đề cập đến gánh nặng sức khỏe đáng kể mà các rối loạn trầm cảm gây ra cho những người trên 55 tuổi, lưu ý sự khác biệt về các dấu hiệu căng thẳng oxy hóa và viêm giữa những người bị trầm cảm nặng và những người khỏe mạnh.

Tiến sĩ Karen Mather, đồng tác giả và là người đứng đầu Nhóm Genomics and Epigenomics của CHeBA, đã chỉ ra những lợi thế độc đáo của việc sử dụng thiết kế nghiên cứu song sinh để khắc phục những hạn chế được thấy trong các nghiên cứu quan sát trước đây. Các nghiên cứu song sinh cho phép hiểu rõ hơn về ảnh hưởng của di truyền và môi trường đối với chứng trầm cảm bằng cách so sánh những cặp song sinh có mức độ tương đồng về di truyền khác nhau và cùng tình trạng kinh tế xã hội thời thơ ấu.

Nghiên cứu sử dụng dữ liệu từ liên đoàn IGEMS, bao gồm các nghiên cứu song sinh từ Úc, Minnesota, Đan Mạch và Thụy Điển. Những người tham gia được yêu cầu phải trên 45 tuổi khi bắt đầu nghiên cứu và có dữ liệu về lượng trái cây và rau quả tiêu thụ cũng như các triệu chứng trầm cảm khi bắt đầu và theo dõi. Mặc dù tìm thấy mối liên hệ có lợi giữa chế độ ăn uống và các triệu chứng trầm cảm, nghiên cứu lưu ý rằng mức tiêu thụ trung bình vẫn giảm xuống dưới mức khuyến nghị năm khẩu phần mỗi ngày, đặc biệt là ở nhóm người Scandinavia.

Tiến sĩ Matison cũng nhấn mạnh vai trò tiềm tàng của chất xơ trong chế độ ăn uống, vitamin, vi chất dinh dưỡng và hệ vi sinh đường ruột trong mối quan hệ được quan sát thấy giữa lượng trái cây và rau quả tiêu thụ và chứng trầm cảm. Bà đề xuất các nhà cung cấp dịch vụ chăm sóc sức khỏe nên theo dõi và tư vấn cho bệnh nhân về thói quen ăn uống của họ để cải thiện kết quả sức khỏe tâm thần. Nguồn: [UNSW](#)

Báo cáo thị trường trái cây bán buôn tuần 47

-Doanh số bán táo nhập khẩu chậm lại, trong khi thanh long Việt Nam tăng

Tuần này, giá chung của anh đào vẫn gần với mức của tuần trước, nhưng doanh số đã chậm lại. Về việc anh đào đến từ các nguồn gốc khác nhau, có thể hiểu rằng số lượng và chất lượng của anh đào Argentina năm nay cao hơn năm ngoái. Giá hiện tại tương đương với anh đào Chile. Trong khi đó, một số anh đào Úc không đủ cứng, dẫn đến giá bán thấp hơn so với trước đó. Các loại táo nhập khẩu có trên thị trường chủ yếu là các giống táo Mỹ và Pháp, với một lượng nhỏ táo New Zealand. Theo các thương nhân, nguồn cung táo Mỹ thấp hơn năm ngoái. Tuy nhiên, do điều kiện thị trường hiện tại và nhu cầu tiêu dùng yếu, giá bán thấp hơn khoảng 5% so với năm ngoái và doanh số bán hàng tương đối chậm. Các thương nhân lưu ý rằng mặc dù chất lượng của các lô hàng hiện tại là tốt, nhưng không cao bằng năm ngoái. Một số thương nhân cũng đề cập rằng táo có kết cấu giòn hơn vẫn được ưa chuộng, trong khi những loại có vị bột bán chậm hơn. Táo American Envy hiện đã có mặt trên thị trường và một số thương nhân đã nhận xét rằng mặc dù các lô hàng hiện tại có chất lượng tốt, nhưng màu đỏ của vỏ không rực rỡ như những năm trước.



Trái: Táo Envy của Mỹ; Phải: Cà chua được sản xuất tại Sơn Đông trên cây

Giá táo Pháp đã giảm nhẹ so với tuần trước. Một số thương hiệu táo New Zealand đang bán chậm do giá cao, khoảng 500 yên một hộp. Các thương nhân cho biết doanh số bán táo nhập khẩu nói chung vẫn chậm. Ngoài nhu cầu tiêu dùng yếu, sự hiện diện ngày càng tăng của táo Trung Quốc cũng là một yếu tố góp phần. Giá thị trường hiện tại của táo Trung Quốc tương đối thấp, chất lượng của chúng tiếp tục được cải thiện và thị phần của chúng đang mở rộng. Tuần này, anh đào trắng Úc đã hết hàng, phần lớn hàng mới về là anh đào vàng.



Trái: Quả việt quất Vân Nam; Phải: Quả xuân đào Úc

Trong số các loại việt quất ngọt Vân Nam, loại quả lớn từ 18mm trở lên đặc biệt được ưa chuộng, với giá khoảng 220 Nhân dân tệ một hộp. Nguồn cung hạn chế hiện tại đang đẩy giá lên cao.



Bên trái: Hộp quà táo Trung Quốc; Bên phải: Hộp quà cam rón Gannan

Đối với hộp quà tặng táo Trung Quốc, các thương nhân nhấn mạnh rằng táo Red Rose từ Vân Nam hiện đang được săn đón nhiều nhất. Các thương nhân cũng lưu ý rằng táo Red Rose từ các vùng sản xuất khác đã đạt được giá cả và doanh số tốt trong những năm gần đây. Năm nay, táo Red Rose mới ra mắt từ Vân Nam nổi bật nhờ vẻ ngoài vượt trội, có giá cao hơn một chút so với các vùng khác. Trong những năm gần đây, thị trường trong nước đối với hộp quà tặng táo Red Rose đã không ngừng mở rộng.



Thanh long Việt Nam

Mùa thanh long Việt Nam mới đã bắt đầu. Theo các thương lái, khoảng hai tuần trước đánh dấu sự chuyển đổi từ mùa trái cây trồng tự nhiên sang mùa thanh long thấp đèn, trong thời gian đó nguồn cung hạn chế đã đẩy giá lên cao. Hiện tại, lượng hàng về đang dần tăng lên và giá đã trở lại mức bình thường. Trái cây hạng nhất có giá khoảng 110 Yên một hộp, giảm khoảng 10% so với hai tuần trước, với chất lượng hàng về ổn định. Về doanh số, các thương lái báo cáo rằng thời tiết mát mẻ hơn ở nhiều vùng đã làm giảm nhu cầu về thanh long, dẫn đến doanh số bán chậm, mặc dù các lô giá rẻ đang bán chạy hơn. Ngoài ra, các thương lái cho biết trước đây, sự sẵn có rộng rãi của quả anh đào đã thúc đẩy doanh số bán thanh long. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, trong khi các thương lái vẫn tiếp tục mua quả anh đào, thì đã có sự chuyển dịch sang mua nhiều trái cây Trung Quốc hơn. Một số thương lái dự đoán rằng doanh số bán thanh long có thể không tăng đáng kể cho đến Tết Nguyên đán của Trung Quốc.

-Nhân mãc gian lận làm tăng giá trái cây nội địa tại các thị trường Trung Quốc

Tại các chợ trái cây trên khắp Trung Quốc, một xu hướng đáng lo ngại đã xuất hiện khi trái cây trồng trong nước được bán như hàng nhập khẩu với giá cao ngất ngưởng. Thực tế này liên quan đến các sản phẩm địa phương, chẳng hạn như lê từ tỉnh Sơn Đông và nho, được đóng gói với

nhãn mác nước ngoài gây hiểu lầm và được bán với giá cao gấp mười lần giá thông thường. Các cuộc điều tra đã tiết lộ rằng những nhãn mác "nhập khẩu" này, có thể làm tăng đáng kể giá thị trường của trái cây, dễ dàng có sẵn trực tuyến với chi phí tối thiểu.



Trái cây nhập khẩu thường được coi là mặt hàng xa xỉ, được đánh giá cao vì hương vị độc đáo và lợi ích sức khỏe được cho là của chúng. Nhận thức này cho phép những người bán hàng tăng giá trái cây địa phương được ngụy trang bằng nhãn hiệu nước ngoài lên 50-300 phần trăm, tận dụng sự sẵn lòng trả nhiều tiền hơn của người tiêu dùng cho những gì họ tin là sản phẩm cao cấp. Việc dễ dàng có được nhãn dán "nhập khẩu" giả trực tuyến chỉ với vài fen mỗi nhãn đã tạo điều kiện cho hoạt động gian lận này, làm dấy lên mối lo ngại về tính toàn vẹn của thị trường trái cây và hiệu quả của giám sát theo quy định.

Hoạt động buôn bán hàng giả trên thị trường trái cây không chỉ làm suy yếu lòng tin của người tiêu dùng mà còn vi phạm các quy định của thị trường và các hoạt động kinh doanh có đạo đức. Động cơ tài chính để xuyên tạc trái cây địa phương là hàng nhập khẩu đã dẫn đến tình trạng lừa dối tràn lan, với các công ty in ấn sản xuất nhãn mác giả mà không có sự cho phép thích hợp và các thương nhân dán nhãn này vào sản phẩm địa phương. Hoạt động này đã dẫn đến một thị trường mà sự gian dối có lợi nhuận và ranh giới pháp lý thường bị bỏ qua.

Để chống lại vấn đề này, các cơ quan quản lý cần thực thi các hành động pháp lý nghiêm ngặt hơn đối với hành vi vi phạm nhãn hiệu và thực hiện các giao thức kiểm tra nghiêm ngặt để xác định và xử phạt những người tham gia vào việc dán nhãn gian lận. Giáo dục người tiêu dùng về việc nhận biết sản phẩm chính hãng và khẳng định quyền của họ cũng rất quan trọng trong việc hạn chế hành vi lừa đảo này. Ngoài ra, việc thúc đẩy giá trị và chất lượng của sản phẩm trong nước có thể giúp thay đổi sở thích của người tiêu dùng khỏi các nhãn hiệu nhập khẩu và giảm thị trường hàng giả.

Việc giải quyết tình trạng dán nhãn gian lận trái cây địa phương là hàng nhập khẩu là điều cần thiết để bảo vệ quyền lợi của người tiêu dùng, đảm bảo giá cả công bằng và duy trì uy tín của thị trường trái cây. Thông qua việc thực thi mạnh mẽ hơn, giáo dục người tiêu dùng và tập trung vào chất lượng sản phẩm trong nước, có thể khôi phục lại tính toàn vẹn và niềm tin vào thị trường.

Nguồn: [China Daily](#)

-FTA Philippines-Hàn Quốc thúc đẩy xuất khẩu trái cây nhiệt đới bằng cách cắt giảm thuế quan theo từng giai đoạn

Sau khi phê chuẩn hiệp định thương mại tự do (FTA) giữa Philippines và Hàn Quốc, dự kiến sẽ có sự gia tăng trong xuất khẩu trái cây nhiệt đới của Philippines sang Hàn Quốc. Tổng thống Ferdinand Marcos, Jr. đã nhấn mạnh tác động sắp xảy ra của FTA, dự báo sẽ có thêm nhiều loại trái cây khác được đưa vào thị trường Hàn Quốc, bổ sung cho các loại rau đã được xuất khẩu. Thông báo được đưa ra trong một sự kiện lễ kỷ niệm cho Cơ sở Nhà kính và Sau thu hoạch của Đối tác Đối mới Nông nghiệp Hàn Quốc (KOPIA) tại Lucban, Quezon.



Tổng thống bày tỏ lòng biết ơn đối với Quốc hội Hàn Quốc vì đã nhanh chóng phê chuẩn FTA, trong đó hứa hẹn sẽ xóa bỏ thuế quan theo từng giai đoạn đối với các mặt hàng xuất khẩu chính của Philippines như chuối và dứa chế biến. Mức thuế quan hiện tại là 30% đối với chuối dự kiến sẽ được xóa bỏ trong vòng năm năm và mức thuế quan 36% đối với dứa chế biến trong vòng bảy năm. Sự phát triển này được coi là một bước tiến quan trọng trong việc thúc đẩy thương mại nông nghiệp giữa Philippines và Hàn Quốc, nhân mạnh mối quan hệ song phương lâu dài kéo dài 75 năm.

Sáng kiến KOPIA, đại diện cho tổ chức nghiên cứu và phát triển nông nghiệp lớn nhất tại Hàn Quốc, nhằm mục đích nâng cao năng suất nông nghiệp tại Philippines thông qua chuyển giao công nghệ và thiết lập cơ sở hạ tầng như nhà kính được trang bị hệ thống thông gió và tưới tiêu tiên tiến. Sáng kiến này là một phần trong nỗ lực rộng lớn hơn của chính phủ Philippines nhằm tăng cường sản xuất lương thực thông qua việc phát triển các cơ sở sản xuất hạt giống hợp tác với nhiều tổ chức giáo dục và chính phủ. Nguồn: [PortCalls](#)

-Công ty khởi nghiệp Victoria thử nghiệm nhãn hiệu laser để thay thế nhãn dán trái cây bằng nhựa

Công ty khởi nghiệp Natural Branding Australia của Victoria chuẩn bị tiến hành thử nghiệm trang trại với một người trồng cam quýt ở Mildura, với mục tiêu đóng dấu bằng laser cho 10 phần trăm vụ thu hoạch năm 2025 của mình. Sáng kiến này là một phần trong nỗ lực thay thế nhãn dán nhựa trên trái cây, có khả năng cắt giảm 500 tấn nhựa mỗi năm khỏi chuỗi cung ứng thực phẩm. Nhãn dán nhựa hiện đang phục vụ các chức năng thiết yếu trong ngành trái cây, chẳng hạn như truy xuất nguồn gốc bằng mã PLU, xây dựng thương hiệu và cung cấp thông tin sản phẩm bổ sung thông qua mã QR. Tuy nhiên, công nghệ của Natural Branding Australia hứa hẹn sẽ kết hợp các yếu tố này thông qua các dấu laser chính xác mà không ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm, thời hạn sử dụng hoặc tính toàn vẹn.



Kể từ khi thành lập vào năm 2023, công ty đã thử nghiệm công nghệ của mình trên nhiều loại trái cây khác nhau, bao gồm bơ, cam quýt và táo, ở nhiều vùng khác nhau như Mildura và Tasmania. Các thử nghiệm này bao gồm việc dán nhãn 200-500 loại trái cây cùng một lúc tại các nhà kho đóng gói. Với khoản tài trợ 50.000 đô la từ LaunchVic và Agriculture Victoria, công ty

có kế hoạch mở rộng các thử nghiệm của mình để bao gồm nhiều người trồng cam quýt hơn ở Mildura vào năm 2025.

Công nghệ do Natural Branding Australia phát triển được cho là được thiết kế riêng cho việc tạo thương hiệu trái cây, phân biệt nó với các hệ thống tạo thương hiệu bằng laser khác. Nó hoạt động theo mô hình cho thuê để chạy, theo công ty, phù hợp hơn với thị trường Úc, cho phép tối ưu hóa liên tục quy trình tạo thương hiệu mà không cần chi phí trả trước cao.

Công nghệ dán nhãn laser, mặc dù không phải là mới, nhưng cho đến nay vẫn chỉ được áp dụng hạn chế ở Úc. Các công ty khác, chẳng hạn như Costa Group và các tổ chức quốc tế như Laser Food và Eosta, đã khám phá các công nghệ tương tự, cho thấy sự quan tâm ngày càng tăng đối với các giải pháp dán nhãn bền vững trong chuỗi cung ứng trái cây toàn cầu.

Nguồn: [Business News Australia](#)

-Philippines trở thành nước xuất khẩu bơ Hass đầu tiên của Châu Á sang Nhật Bản

Nhật Bản gần đây đã bắt đầu nhập khẩu bơ Hass từ Philippines, một động thái được thúc đẩy bởi những nỗ lực của chính phủ Philippines. Quả bơ có nguồn gốc từ Mindanao được ưa chuộng tại Nhật Bản vì kích thước và màu sắc đặc trưng của chúng. Bộ trưởng Nông nghiệp Francisco Tiu Laurel Jr. đã nhấn mạnh sự phát triển này như một bằng chứng cho thấy cam kết của Philippines trong việc tăng cường danh mục xuất khẩu nông sản và chất lượng vượt trội của sản phẩm.



Điều này đánh dấu Philippines là quốc gia châu Á đầu tiên xuất khẩu bơ Hass sang Nhật Bản, cùng với các nhà cung cấp lớn khác như Mexico, Peru và Hoa Kỳ. Năm 2023, Philippines đạt được thặng dư thương mại là 990 triệu đô la, được hỗ trợ bởi xuất khẩu nông sản sang Nhật Bản trị giá 1,1 tỷ đô la. Nguồn: [Bilyonaryo](#)

-Bang Tripura - Ấn Độ- khám phá sản xuất rượu mít

Chính quyền Tripura đang cân nhắc sản xuất rượu vang từ mít dồi dào của tiểu bang này để nâng cao ngành làm vườn và tăng thu nhập cho nông dân. Bộ trưởng Nông nghiệp Ratan Lal Nath đã công bố sáng kiến này trong cuộc họp đánh giá vào ngày 18 tháng 11, nhấn mạnh hàm lượng đường trong mít là lý tưởng để làm rượu vang. Các mẫu đã được gửi đến Đại học Nông nghiệp Imphal để phân tích.



Tripura cũng đặt mục tiêu tự chủ trong sản xuất hạt giống khoai tây vào năm 2027-28, sử dụng các phương pháp cải tiến như True Potato Seed (TPS) và

Apical Rooted Cutting (ARC), giúp tăng đáng kể năng suất. Ngoài ra, chính phủ đang thúc đẩy trồng dưa và lên kế hoạch tổ chức Lễ hội cam ở Agartala để tôn vinh tiềm năng làm vườn của nơi này.

-Ba Lan và Việt Nam hoàn tất thỏa thuận kiểm dịch thực vật cho xuất khẩu trái việt quất



Ngoại trưởng Jacek Czerniak nhấn mạnh rằng các vấn đề nông nghiệp là một yếu tố quan trọng trong gần 75 năm quan hệ giữa Ba Lan và Việt Nam. "Tôi tin rằng chúng ta sẽ có thể cùng nhau đưa ra các biện pháp phát triển bền vững thương mại song phương về các sản phẩm nông nghiệp-thực phẩm và giảm thâm hụt của Ba Lan" - Ngoại trưởng cho biết. Các bên đã xác nhận thỏa thuận về các yêu cầu kiểm dịch thực vật cuối cùng đối với quả việt quất xuất khẩu từ Ba Lan sang Việt Nam. Điều này có nghĩa là thủ tục tiếp cận đã hoàn tất và những lô hàng việt quất đầu tiên từ Ba Lan có thể xuất hiện tại Việt Nam bắt đầu từ mùa sản xuất năm 2025.

Liên quan đến vấn đề thú y, phía Việt Nam khẳng định áp dụng nguyên tắc niêm yết trước để chấp thuận các cơ sở chế biến thịt, cá của Ba Lan xuất khẩu vào thị trường Việt Nam theo Điều 6.8 của Hiệp định Thương mại tự do Việt Nam - EU (EVFTA).

Để đọc báo cáo đầy đủ, hãy nhấp [vào đây](#).



gov.pl

Để biết thêm thông tin:

Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn

Điện thoại: +48 222 500 118

Email: kancelaria@minrol.gov.pl

www.gov.pl

-"Sự phục hồi chậm chạp của ngành bán lẻ châu Âu"



Sự phục hồi của ngành bán lẻ châu Âu vẫn còn do dự và không đồng đều. Đức và Ý đang tụt hậu, trong khi Pháp và Tây Ban Nha cho thấy mức tăng trưởng nhẹ trong năm nay (khoảng 1,5%). Mặc dù niềm tin của người tiêu dùng châu Âu đang tăng lên, tỷ lệ tiết kiệm cao (20% ở Đức) và lạm phát tiếp tục làm giảm chi tiêu. Sau xây dựng, bán lẻ là ngành có số lượng phá sản cao nhất, theo phân tích ngành mới được công bố của công ty bảo hiểm tín dụng Allianz Trade.

Johan Geeroms, Giám đốc Bảo hiểm Rủi ro Benelux tại Allianz Trade, giải thích: "Lợi nhuận trong ngành đang chịu áp lực trên toàn cầu do mức tồn kho cao, chi phí hoạt động tăng cao và chi tiêu thận trọng của người tiêu dùng. Nhiều nhà bán lẻ đã buộc phải đưa ra các mức chiết khấu lớn để giải phóng hàng tồn kho và giải phóng vốn lưu động. Cạnh tranh về giá đặc biệt khốc liệt trong các danh mục thiết yếu như thực phẩm và chăm sóc cá nhân."

Hà Lan và Bỉ

Bối cảnh bán lẻ ở châu Âu thay đổi đáng kể theo từng quốc gia, như được thấy trong khu vực Benelux. Sau năm 2023 mạnh mẽ, khi doanh số bán lẻ tăng trung bình +2,8% (Y/Y) tại Bỉ và +5,4% (Y/Y) tại Hà Lan, chín tháng đầu năm 2024 cho thấy mức tăng trưởng trung bình là +2,4% tại Hà Lan, trong khi Bỉ giảm -2,2%. Geeroms bình luận: "Ở cả hai quốc gia, niềm tin của người tiêu dùng đang phục hồi rất chậm sau khi chạm mức thấp vào năm 2022. Tâm lý vẫn tiêu cực, nhưng xu hướng đang tăng lên."

Geeroms cũng nhấn mạnh đến tỷ lệ tiết kiệm. "Mọi người thiếu tự tin và đang tiết kiệm nhiều hơn. Trong quý 2 năm 2024, tỷ lệ tiết kiệm hộ gia đình là gần 15% ở Bỉ và gần 16% ở Hà Lan—cao hơn đáng kể so với năm 2022 và cao hơn mức trung bình trước đại dịch."

Người tiêu dùng trẻ và giàu có thúc đẩy bán lẻ

Nghiên cứu của Allianz Trade xác định người tiêu dùng trẻ và giàu có là động lực chính thúc đẩy chi tiêu bán lẻ. Geeroms giải thích: "Đây là sự thay đổi đáng chú ý so với giai đoạn trước đại dịch khi mô hình chi tiêu được phân bổ đồng đều hơn. Các hộ gia đình giàu có được hưởng lợi từ việc tăng lương, giá trị nhà tăng và thị trường chứng khoán tăng, cho phép họ chi tiêu thoải mái hơn trong khi ít bị ảnh hưởng bởi lạm phát và lãi suất cao hơn".

Ông cũng lưu ý đến tác động ngày càng tăng của người tiêu dùng trẻ. "Theo tỷ lệ, họ chi tiêu nhiều hơn thế hệ cũ. Những xu hướng này đòi hỏi phải điều chỉnh các sản phẩm cung cấp và trải nghiệm của khách hàng trong lĩnh vực bán lẻ. Ví dụ, người tiêu dùng giàu có bị thu hút bởi các sản phẩm cao cấp như đồ điện tử và hàng xa xỉ."

Thương mại điện tử đang trên đà phát triển

Geeroms nhấn mạnh tầm quan trọng của việc kiểm soát chi phí, đổi mới và tính bền vững trong việc duy trì khả năng cạnh tranh trên thị trường đang ngày càng chuyển dịch sang thương mại điện tử. "Các cửa hàng truyền thống đang phải vật lộn với tình trạng thiếu hụt nhân viên dai dẳng, chi phí thuê tăng và chi phí lao động ngày càng tăng. Trong khi đó, thương mại điện tử vẫn tiếp tục phát triển. Mặc dù tốc độ tăng trưởng đã chậm lại so với mức cao trước đó, nhưng vẫn mạnh mẽ. Tốc độ tăng trưởng trung bình trong 12 tháng qua là 9,5%, so với 13,5% trong năm năm trước đó. Chúng tôi kỳ vọng thương mại điện tử sẽ tạo ra doanh số 6,5 nghìn tỷ đô la vào năm 2029."

Geeroms cũng nhấn mạnh những thay đổi trong xu hướng bán lẻ quốc tế và hành vi của người tiêu dùng, lấy ví dụ "thay đổi lòng trung thành với thương hiệu". "Khoảng 75% người tiêu dùng Hoa Kỳ đã áp dụng thói quen mua sắm mới, với một nửa thử các thương hiệu sản phẩm mới và một phần tư khám phá các thương hiệu gia dụng thay thế. Những diễn biến này nhấn mạnh nhu cầu các nhà bán lẻ phải thích ứng với người tiêu dùng ngày càng cởi mở với các lựa chọn mới".

Tập trung vào đổi mới

Đổi mới công nghệ và tự động hóa cũng đang định hình bối cảnh bán lẻ. "Đầu tư vào công nghệ, chẳng hạn như AI và tự động hóa, cho phép các nhà bán lẻ tối ưu hóa chuỗi cung ứng, nâng cao trải nghiệm của khách hàng và cải thiện hiệu quả hoạt động", Geeroms nói. Ông cũng lưu ý đến việc sử dụng ngày càng nhiều những người có sức ảnh hưởng như một công cụ tiếp thị: "Các nhà bán lẻ cần nắm bắt các kỹ thuật tiếp thị mới này để duy trì khả năng cạnh tranh".

Nhìn về năm 2025, Geeroms tin rằng trọng tâm chính của các nhà bán lẻ sẽ là khôi phục biên lợi nhuận hoạt động và cân bằng các kênh bán hàng vật lý và kỹ thuật số. "Mặc dù khách hàng coi trọng sự tiện lợi của mua sắm trực tuyến, nhưng trải nghiệm trong cửa hàng vẫn có giá trị đáng kể. Đầu tư vào công nghệ, trải nghiệm của khách hàng và tính bền vững sẽ rất cần thiết cho sự tăng trưởng. Các nhà bán lẻ phải duy trì sự linh hoạt để thích ứng với các điều kiện thị trường thay đổi và kỳ vọng của người tiêu dùng." Nguồn: [Allianz Trade](#)

-Sản lượng bơ kỷ lục của Úc giúp giá bơ duy trì ở mức thấp nhưng phải đối mặt với thách thức xuất khẩu



Trong bối cảnh lo ngại về chi phí sinh hoạt tăng cao, người dân Úc đã tìm thấy niềm an ủi trong giá bơ ổn định và thấp, một tình huống được cho là do sản lượng bơ kỷ lục của quốc gia này. Trong giai đoạn 2022/23, Úc đã sản xuất 115.000 tấn bơ, đánh dấu mức tăng đáng kể so với những năm trước và dẫn đến tình trạng dư thừa trái cây cho thị trường trong nước. John Tyas, Tổng giám đốc điều hành của Avocados Australia, đã nhấn mạnh sự tăng trưởng về sản lượng và giá cả cạnh tranh của bơ Úc trên thị trường quốc tế, đặc biệt là ở Châu Á, là những yếu tố chính góp phần vào tình hình thị trường hiện tại.

Úc được xếp hạng là nước tiêu thụ bơ lớn thứ ba trên toàn cầu, với mức tiêu thụ trung bình 4,5kg/người/năm. Mặc dù vậy, quốc gia này vẫn phải đối mặt với những thách thức trong việc mở rộng thị trường xuất khẩu với tốc độ tương đương với sản lượng. Tyas nhấn mạnh tiềm năng của các thị trường châu Á, bao gồm những diễn biến gần đây như thỏa thuận mua bán trị giá 300 triệu đô la với Công ty TNHH Thương mại Quốc tế Huizhan Thượng Hải của Trung Quốc và nhu cầu hỗ trợ của chính phủ để ưu tiên thương mại bơ.

Tuy nhiên, những lo ngại về tác động của biến đổi khí hậu đối với sản xuất bơ đã được các chuyên gia như Giorgio Vacchiano nêu ra, người dự đoán sản xuất sẽ chuyển từ miền bắc sang miền nam Úc do điều kiện khí hậu thay đổi. Các vấn đề như nhu cầu nước, kích thước quả nhỏ hơn và dễ bị gió mạnh là những thách thức dự kiến có thể ảnh hưởng đến tính bền vững và khả năng tồn tại của nghề trồng bơ ở Úc. Nguồn: [SBS](#)

-Giá Rau quả trong tuần 02/12/2024

PHỤ LỤC: GIÁ RAU QUẢ TRONG TUẦN

ĐVT: VNĐ/kg

Loại HH/Địa phương	Giá tuần trước	Giá tuần này	Thay đổi so với tuần trước
Xoài Cát Chu	21.000	21.500	500
An Giang	17.000	14.000	-3.000
Đồng Tháp	10.000	15.000	5.000
Tiền Giang	20.000	21.000	1.000
Vĩnh Long	37.000	36.000	-1.000
Dưa hấu	10.167	9.917	-250
Cần Thơ	8.000	8.000	
Đồng Tháp	12.000	10.000	-2.000
Tiền Giang	17.000	17.500	500
Vĩnh Long	7.000	7.000	
Bến Tre	8.000	8.000	
Hậu Giang	9.000	9.000	
Sầu riêng Ri 6 (loại đẹp)	122.500	121.000	-1.500
Cần Thơ	123.000	120.000	-3.000
Đồng Tháp	120.000	120.000	
Tiền Giang	132.000	129.000	-3.000
Vĩnh Long	115.000	115.000	
Thanh long ruột trắng	11.000	11.333	333
Long An	10.000	10.000	
Tiền Giang	14.000	15.000	1.000
Vĩnh Long	9.000	9.000	
Cà chua	20.750	21.000	250
Cà Mau	30.000	30.000	
Tiền Giang	11.500	12.000	500



12-14/3/2025
SECC, TP. Hồ Chí Minh
www.hortex-vietnam.com

Triển lãm và Hội thảo Quốc tế lần thứ 7 chuyên ngành Công nghệ Sản xuất và Chế biến Rau, Hoa, Quả tại Việt Nam



Ban tổ chức:  
Sponsor đồng hành:  

Công Ty Dịch Vụ Vận Chuyển CMU Logistics

Địa chỉ: 11A Đồng Đa, Phường 2, Quận Tân Bình, Tp. Hồ Chí Minh
Điện thoại: 84.028 3848 5777, 84.028 3848 9171, 0903 737 898
Email: info@cmulogistics.com
Website: cmulogistics.com
Copyright © 2015 CMU Logistics. All rights reserved



LUONG QUI COCONUT CO., LTD

An Hiep Industrial Park, Chau Thanh District, Ben Tre Province, Vietnam
+84 2753.626.319 / +84 2753.626.313
+84 2753.626.315



luongquoi.vn | luongquoi.com | vietcoco.vn



LIÊN HỆ

Tòa nhà 8TM1-26 Khu đô thị The Manor Central Park, đường Nguyễn Xiển, phường Đại Kim, quận Hoàng Mai, Hà Nội
Trong nước: (+84) 335 396 222 / Xuất khẩu: (+84) 2293 770 353
Trong nước: support@doveco.com.vn / Xuất khẩu: sales@doveco.com.vn



NNT INTERNATIONAL IMEXCO

77B Huỳnh Tinh Của St., Vo Thi Sau Ward, Dist. 3, HCMC, Vietnam

+84 901 680 886

nntfood@gmail.com

www.nntfood.com.vn



16th May New Cold Storage Open
Lot C3, Road N2, Binh Minh IP, My Loi Halmet,
My Hoa Commune, Binh Minh Town, Vinh Long, Province

CT01 3km QL1A 6km	Tra Noc IP, Can Tho 26km Sadec IP 45km Soc Trang IP 65km Tra Vinh 70km Ho Chi Minh 150km	Cat Lai Port 160km
----------------------	--	--------------------

We provide:

- New Warehouse with well-qualified condition, equipment
- Stable temperature control system from +5°C ~ -25°C
- Back up generator for warehouse
- Management cargoes by WMS
- Clear and modern CCTV at 5 docks
- Well-trained staff proceed in – out procedure properly and fast
- All storage cargoes covered by insurance
- Providing various logistics services through spacious anteroom

Contact Ms. Ngoc
☎ 090 686 2240
✉ sales@lottelogistics.com.vn

Mộc Châu
High Land

XIN HẸN GẶP LẠI TRONG BẢN TIN SAU