



BẢN TIN RAU QUẢ THẾ GIỚI TUẦN LỄ TỪ

05-09/5/2025

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

---0---
KỲ 16

Tin nổi bật :

- Úc chấp thuận nhập khẩu bưởi Việt Nam
- TRUNG QUỐC – THỊ TRƯỜNG TỶ DÂN, TIỀM NĂNG VẪN CÒN RỘNG MỞ
- Trung Quốc kéo dài giờ kiểm tra nhập khẩu sầu riêng Thái Lan lên 24/7
- Trung Quốc: trái cây tươi là mặt hàng nông sản duy nhất có lượng nhập khẩu cao hơn vào năm 2024
- Hiểu về nhập khẩu nông sản của Hoa Kỳ và tác động của chúng
- Đồng đô la suy yếu trong bối cảnh bất ổn về thỏa thuận thương mại, đồng euro tăng giá
- Ngày lễ "May Day" thúc đẩy doanh số bán trái cây và hộp quà tặng có nhu cầu cao-Tin TQ
- Giá dừa toàn cầu tăng vọt do thiếu hụt nguồn cung
- Giá dừa tăng vọt ở Việt Nam, Philippines và Thái Lan
- New Zealand thúc đẩy dự án chanh dây thông minh thích ứng với khí hậu của Việt Nam
- Thái Lan nỗ lực đáp ứng kỳ vọng về an toàn thực phẩm của Trung Quốc
- Thái Lan thúc đẩy xuất khẩu nông sản bằng 7 chiến lược
- Giá bơ Việt Nam đạt mức cao nhất trong 5 năm
- Campuchia mở cơ sở xuất khẩu sầu riêng đầu tiên
- Xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam sang Trung Quốc giảm 83%
- Giá sầu riêng Việt Nam giảm, nông dân buộc phải tự bán
- Giá sầu riêng Việt Nam xuống mức thấp nhất trong 10 năm
- Tỉnh Takeo-Kampuchia- cấm nhập khẩu sầu riêng Việt Nam
- Thái Lan thúc đẩy phân phối trái cây, triển khai chương trình phân bón
- Thủ phủ sầu riêng của Malaysia chuẩn bị cho mùa thu hoạch ngắn hơn và giá cao hơn
- Nhập khẩu sầu riêng Malaysia của Trung Quốc sẽ tăng 15–20% vào năm 2025
- Rau tươi Trung Quốc có mặt trên kệ hàng tại UAE trong vòng 48 giờ
- Trung Quốc thể hiện sự quan tâm đến việc nhập khẩu nhiều nông sản hơn từ Nam Phi
- Thuế quan của Hoa Kỳ có thể buộc Hede Shipping phải rời đi
- Xuất khẩu của New Zealand sang EU tăng 28% trong năm đầu tiên của thỏa thuận thương mại
- Cao Hùng mở rộng xuất khẩu trái cây sang Canada
- Tây Ban Nha, điểm đến chính của thanh long Peru trong quý đầu tiên
- Mùa sản xuất làm gián đoạn thị trường vận tải hàng hóa của Hoa Kỳ như thế nào
- Hoa Kỳ sẽ áp thuế 17% đối với cà chua Mexico
- "Sự khác biệt của chuối trên thị trường quốc tế đang được công nhận về hương vị, kết cấu và điều kiện trồng trọt"
- Hoa Kỳ có thể phải đối mặt với tình trạng khan hiếm chanh nhập khẩu

-Úc chấp thuận nhập khẩu bưởi Việt Nam



Bộ Nông nghiệp, Thủy sản và Lâm nghiệp Úc (DAFF) đã hoàn thiện báo cáo về các yêu cầu an toàn sinh học đối với bưởi Việt Nam, cho phép nhập khẩu theo các giao thức kiểm soát dịch hại và kiểm dịch thực vật nghiêm ngặt. Theo Cơ quan Thông báo và Điểm hỏi đáp về Vệ sinh và Kiểm dịch thực vật Việt Nam (SPS Việt Nam), báo cáo đã đánh giá toàn bộ chuỗi sản xuất từ khâu trồng trọt đến vận chuyển.

DAFF đã xác định 19 loài gây hại cần các biện pháp quản lý, bao gồm rầy cam chanh châu Á, ruồi đục quả phương Đông, côn trùng vảy và nhện đỏ. Để đáp ứng yêu cầu an toàn sinh học của Úc, các biện pháp như khu vực sản xuất không có sâu bệnh, xông hơi methyl bromide và kiểm tra trước khi xuất khẩu được khuyến nghị. Đối với bệnh loét cam chanh, cần áp dụng phương pháp tiếp cận hệ thống với các biện pháp tích hợp trong quá trình sản xuất và sau thu hoạch. Đáng chú ý, một số loài gây hại như nhện đỏ và côn trùng vảy đang bị cách ly ở Tây Úc, đòi hỏi phải có thêm các quy định về vận chuyển bưởi liên bang. Sau báo cáo, Úc sẽ xác minh năng lực thực hiện các biện pháp kiểm dịch thực vật của Việt Nam. Sau khi hoàn tất, các điều kiện nhập khẩu chính thức sẽ được công bố trên hệ thống Điều kiện nhập khẩu an toàn sinh học (BICON) của Úc.

Báo cáo chỉ ra tiến triển trong các cuộc đàm phán tiếp cận thị trường và nhấn mạnh năng lực của Việt Nam trong canh tác cây trồng và bảo vệ thực vật để đáp ứng các tiêu chuẩn an toàn sinh học quốc tế. Bộ Nông nghiệp và Môi trường Việt Nam lưu ý rằng diện tích trồng bưởi đã tăng gấp đôi lên hơn 100.000 ha, cho sản lượng một triệu tấn mỗi năm, chủ yếu ở Đồng bằng sông Cửu Long, Đồng bằng sông Hồng và các vùng phía Bắc. Nguồn: Vietnam.net

-TRUNG QUỐC – THỊ TRƯỜNG TỶ DÂN, TIỀM NĂNG VẪN CÒN RỘNG MỎ



Trong bức tranh xuất khẩu sầu riêng năm 2025, khi phần lớn thị trường toàn cầu – gần 90% – đổ dồn về Trung Quốc, một sự thật không thể phủ nhận là: quốc gia tỷ dân này không chỉ là điểm đến tiêu thụ lớn nhất, mà còn là “sân chơi” khắt khe bậc nhất về chất lượng, truy xuất nguồn gốc và tiêu chuẩn an toàn. Dù kim ngạch nhập khẩu chính ngạch có xu hướng chững lại gần đây, điều đó không đồng nghĩa với sự thoái trào. Ngược lại, nó là dấu hiệu của một giai đoạn “thanh lọc”, chuẩn bị cho sự bùng nổ có chọn lọc, chuyên nghiệp và bền vững hơn.

Tăng trưởng chưa từng có – Động cơ chính từ Trung Quốc

Năm 2024, Trung Quốc đã nhập khẩu sầu riêng với trị giá ước tính lên đến 7 tỷ USD, một con số gây choáng ngợp và khẳng định vị thế của quốc gia này trên bản đồ tiêu dùng toàn cầu. Không dừng lại ở hiện tại, thị trường sầu riêng tươi thế giới được dự báo sẽ cán mốc 10,78 tỷ USD vào năm 2025 và vọt lên 16,89 tỷ USD vào năm 2030, với tốc độ tăng trưởng kép hằng năm (CAGR) đạt 9,4% – trong đó, Trung Quốc là lực đẩy chủ đạo.

Những yếu tố làm nên “con sốt sầu riêng” tại Trung Quốc

1. Thay đổi thói quen tiêu dùng – Cầu vượt cung

Từ trái cây mang tính vùng miền, sầu riêng đang vươn lên trở thành “hiện tượng vị giác” tại các đô thị lớn của Trung Quốc. Không chỉ giới trẻ, mà cả tầng lớp trung lưu – nhóm khách hàng có thu nhập ổn định, sành ăn – cũng đang bị hấp dẫn bởi những món ăn sáng tạo từ sầu riêng như trà sữa, bánh trung thu, lẩu gà, thậm chí là pizza sầu riêng...

2. Sản phẩm ngày càng đa dạng, nâng tầm giá trị

Không còn bị bó buộc trong hình ảnh trái cây tươi, sầu riêng tại Trung Quốc đang tiến hóa thành chuỗi sản phẩm giá trị gia tăng cao: sầu riêng đông lạnh nguyên múi, sầu riêng sấy thăng hoa, kem, bánh, snack... Nhờ đó, tiêu thụ không còn giới hạn theo mùa vụ mà duy trì quanh năm – yếu tố cực kỳ hấp dẫn đối với các nhà xuất khẩu.

3. Sự lên ngôi của truyền thông số

Nhờ mạng xã hội như Douyin, Weibo, Xiaohongshu, sầu riêng không chỉ là món ăn mà còn là "content" thu hút hàng tỷ lượt xem. Video review, thử thách ăn sầu riêng, KOL quảng bá... biến loại quả gai góc này thành “biểu tượng văn hóa ẩm thực” lan tỏa mạnh mẽ trong giới trẻ Trung Quốc.

Những “điểm nóng” tiêu thụ tiềm năng tại Trung Quốc

Một số địa phương được đánh giá là "đầu tàu" trong tiêu thụ sầu riêng nhờ dân số đông, thu nhập cao và thói quen tiêu dùng hiện đại:

Quảng Đông (Guangdong): Thủ phủ ẩm thực, người tiêu dùng chuộng hàng nhập khẩu cao cấp.

Thượng Hải (Shanghai): Thành phố quốc tế với hệ thống phân phối – logistics hiện đại, tiêu chuẩn tiêu dùng khắt khe.

Bắc Kinh (Beijing): Tầng lớp tri thức, văn phòng chú trọng sức khỏe, ưa chuộng sản phẩm có nguồn gốc rõ ràng.

Tứ Xuyên (Sichuan): Thị trường đang phát triển nhanh ở miền Tây, sức mua cao, nhu cầu đang bùng nổ.

Tuy thị trường vẫn còn rất lớn, nhưng lại càng đòi hỏi khắt khe về chất lượng, khi mà diện tích cây trồng này tăng mạnh.

Cơ hội cho Việt Nam: Không chỉ là xuất khẩu – mà là xây thương hiệu

Trước sự cạnh tranh gay gắt từ Thái Lan, Malaysia, Philippines – những nước đi trước, Việt Nam đang đứng trước một cơ hội lịch sử: vươn lên hàng đầu nếu biết chơi “ván cờ chất lượng”.

Nâng chuẩn từ gốc: Canh tác sạch, không cadimi, không chất cấm, kiểm soát chặt dư lượng là yếu tố sống còn để tiếp cận thị trường.

Truy xuất minh bạch: Mỗi trái sầu riêng cần có “hồ sơ cá nhân” – từ vườn trồng, cơ sở đóng gói, ngày xử lý đến chứng nhận vùng trồng.

Truyền thông nội địa hóa: Đừng chỉ quảng bá ở Việt Nam – hãy đầu tư nội dung chất lượng, ngôn ngữ Trung, phù hợp xu hướng Douyin, Xiaohongshu để tạo hiệu ứng lan truyền trong chính thị trường đích.

Kết nối logistics thông minh: Ưu tiên hợp tác với các doanh nghiệp logistics, kho lạnh, kênh phân phối xuyên biên giới có nền tảng tại Trung Quốc để đảm bảo thời gian và chất lượng.

Cơ hội chỉ dành cho người dám chuyển mình

Trung Quốc là "đại dương xanh" nhưng đầy sóng gió. Cơ hội tăng trưởng còn rất lớn, nhưng không dành cho những ai còn tư duy kiểu cũ – “có trái là bán”. Nếu Việt Nam muốn khẳng định chỗ đứng bền vững, thì việc thay đổi tư duy từ “bán trái cây” sang “xây dựng thương hiệu nông sản xuất khẩu” là yêu cầu bắt buộc.

Chặng đường phía trước không dễ dàng, nhưng phần thưởng là vô giá: chiếm lĩnh thị trường tỷ dân bằng chính chất lượng và bản sắc Việt. Nguồn : [Internet](#)

-Trung Quốc kéo dài giờ kiểm tra nhập khẩu sầu riêng Thái Lan lên 24/7



Bộ trưởng Nông nghiệp Thái Lan, Narumon Pinyosinwat, tuyên bố rằng Tổng cục Hải quan Trung Quốc (GACC) sẽ vận hành các trạm kiểm soát 24/7 để tạo điều kiện thuận lợi cho việc nhập khẩu sầu riêng từ Thái Lan. "Tôi muốn cảm ơn GACC và các viên chức của cơ quan này vì đã coi trọng việc nhập khẩu sầu riêng từ Thái Lan và phân công các viên chức làm việc 24 giờ một ngày, bảy ngày một tuần", Narumon tuyên bố.

Để đáp ứng các yêu cầu, GACC đã đồng ý kéo dài giờ hoạt động tại các trạm kiểm soát biên giới, tăng cường quy trình xuất khẩu cho các nhà sản xuất sầu riêng Thái Lan. Ngoài ra, Trung Quốc đã tăng cường các cơ sở phòng thí nghiệm tại biên giới để kiểm tra sầu riêng Thái Lan về tình trạng nhiễm thuốc nhuộm Basic Yellow 2 (BY2). Các sự cố nhiễm bẩn trước đây đã dẫn đến việc từ chối giao hàng.

Khi mùa thu hoạch sầu riêng cao điểm đang đến gần, Bộ Nông nghiệp Thái Lan đang phối hợp với các cơ quan chức năng Trung Quốc và GACC để đảm bảo việc vận chuyển sầu riêng không bị gián đoạn. Hiện tại, chín phòng thí nghiệm tại Thái Lan đang tiến hành sàng lọc BY2 để ngăn chặn việc từ chối thêm. Các nỗ lực đang được tiến hành để Trung Quốc công nhận một phòng thí nghiệm bổ sung, Central Laboratory (Thailand) Co Ltd, có trụ sở tại Chachoengsao.

Nguồn: [The Nation](#)

-Trung Quốc: trái cây tươi là mặt hàng nông sản duy nhất có lượng nhập khẩu cao hơn vào năm 2024



Xếp thứ 5 trong số các sản phẩm nông sản thực phẩm chính mà Trung Quốc nhập khẩu, lượng trái cây tươi xuất khẩu tăng 5,25% về giá trị và 2,17% về khối lượng vào năm 2024. Theo báo cáo tổng hợp và số liệu hải quan, tổng kim ngạch nhập khẩu trái cây tươi và chế biến của Trung Quốc năm 2024 đạt 19,425 tỷ đô la Mỹ (US\$), tăng 5,81% so với cùng kỳ năm trước. Tổng giá trị nhập khẩu trái cây tươi là 17,746 tỷ đô la Mỹ, tăng 5,25% so với năm 2023. Khối lượng xuất khẩu là 8,679 triệu tấn, tăng 3,35% so với cùng kỳ năm trước; trong đó, tổng khối lượng trái cây tươi là 7,687 triệu tấn, tăng 2,17%.

Sầu riêng và anh đào lên, trái cây khác xuống

Sầu riêng là loại trái cây nhập khẩu đầu tiên với giá trị nhập khẩu là 6,99 tỷ đô la Mỹ và tăng trưởng 4,1% vào năm 2024, Anh đào đứng thứ hai vào năm 2024 đạt 3,69 tỷ đô la Mỹ và tăng trưởng + 39,4% về giá trị, với khối lượng nhập khẩu là 451.000 tấn; Chuối đứng thứ ba với 907 triệu đô la Mỹ nhập khẩu, giảm 16,0% so với năm 2023 và đạt 1,6867 triệu tấn, giảm 4,6% so với cùng kỳ năm trước. Chuối nhập khẩu chủ yếu đến từ Philippines, Việt Nam và Ecuador, chiếm 79,2% tổng lượng nhập khẩu.

+30% tăng trưởng lịch sử của xuất khẩu trái cây Trung Quốc

Tổng kim ngạch xuất khẩu trái cây tươi của Trung Quốc là 5,98 tỷ đô la Mỹ, tăng vượt trội + 20,16% về giá trị trong năm 2024. Khối lượng xuất khẩu đạt 5.061 triệu tấn, tăng 30,86% so với năm 2023. Mười quốc gia/khu vực xuất khẩu trái cây và sản phẩm trái cây hàng đầu của Trung Quốc là Việt Nam, Hoa Kỳ, Thái Lan, Indonesia, Nhật Bản, Kyrgyzstan, Nga, Hồng Kông, Malaysia và Philippines, cùng nhau chiếm 74,74% tổng lượng hàng xuất khẩu của Trung Quốc. Năm loại trái cây hàng đầu là táo, nho, trái cây họ cam quýt (bao gồm quýt và quýt Satsuma), lê và cam, chiếm 60,7% tổng lượng trái cây nhập khẩu của Trung Quốc.

Thâm hụt thương mại 112 tỷ đô la Mỹ với nông sản thực phẩm

Theo số liệu thống kê của hải quan, từ tháng 1 đến tháng 12 năm 2024, tổng kim ngạch xuất khẩu các sản phẩm nông, lâm, thủy sản của Trung Quốc đạt 103,005 tỷ USD, tăng 4,1% so với cùng kỳ năm trước; nhập khẩu đạt 215,155 tỷ USD, giảm 7,9% so với cùng kỳ năm trước; thâm hụt thương mại ở mức 112,15 tỷ USD, thu hẹp 16,7% so với cùng kỳ năm ngoái.

Xu hướng đảo ngược

Riêng tháng 12, kim ngạch xuất khẩu nông sản của Trung Quốc đạt 10,54 tỷ đô la Mỹ, tăng 12,1% so với cùng kỳ năm trước; kim ngạch nhập khẩu đạt 18,19 tỷ đô la Mỹ, giảm 12,1% so

với cùng kỳ năm trước; thâm hụt thương mại ở mức 7,65 tỷ đô la Mỹ, thu hẹp 32,3% so với cùng kỳ năm ngoái.

Cá và gạo là mặt hàng xuất khẩu chính của Trung Quốc

Lũy kế xuất khẩu sản phẩm thủy sản đạt 4,17 triệu tấn, tăng 12,6% so với cùng kỳ năm trước, với giá trị xuất khẩu là 20,14 tỷ đô la Mỹ, tăng 1,3% so với cùng kỳ năm trước. Lũy kế xuất khẩu ngũ cốc (chủ yếu là gạo) đạt 2,26 triệu tấn, giảm 13,7% so với cùng kỳ năm trước, với giá trị xuất khẩu là 1,43 tỷ đô la Mỹ, giảm 18,9% so với cùng kỳ năm trước.

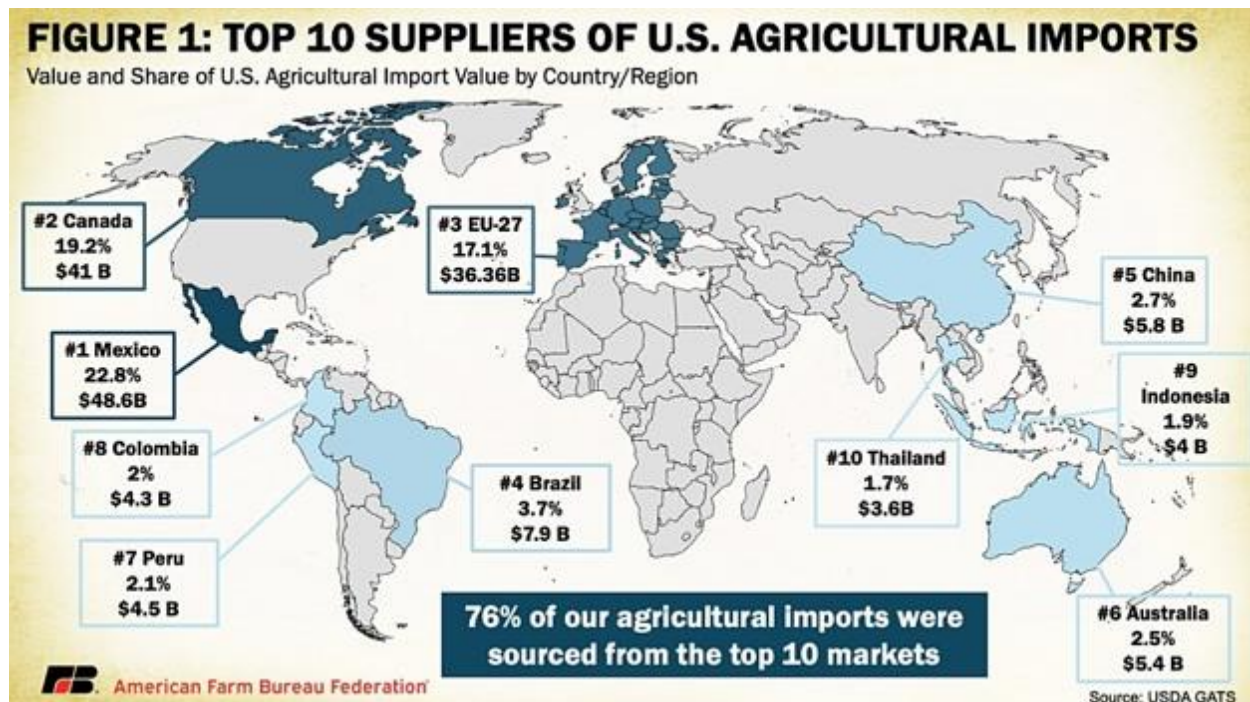
Ngũ cốc và thịt là những mặt hàng nông sản nhập khẩu chính

Ngũ cốc là mặt hàng nhập khẩu nhiều nhất theo khối lượng và giá trị. Lượng nhập khẩu đạt 157,526 triệu tấn, giảm 2,3% so với cùng kỳ năm trước, với giá trị nhập khẩu là 69,02 tỷ đô la Mỹ, giảm 15,6% so với cùng kỳ năm trước. Trong số này, đậu nành chiếm 105,032 triệu tấn về khối lượng nhập khẩu tích lũy, tăng 6,5% so với cùng kỳ năm trước, với giá trị nhập khẩu là 52,75 tỷ đô la Mỹ, giảm 10,9% so với cùng kỳ năm trước. Nhập khẩu thịt tích lũy của Trung Quốc đạt 6,666 triệu tấn, giảm 9,7% so với cùng kỳ năm trước vào năm 2025, với giá trị nhập khẩu là 23,38 tỷ đô la Mỹ, giảm 15,1% so với cùng kỳ năm trước. Nhập khẩu trái cây, hạt và hạt khô đạt 8,011 triệu tấn, tăng 3,5% so với cùng kỳ năm trước, với giá trị nhập khẩu là 19,17 tỷ đô la Mỹ, tăng 8,6% so với cùng kỳ năm trước. Nhập khẩu dầu thực vật ăn được đạt 7,162 triệu tấn, giảm 26,8% so với cùng kỳ năm trước, với giá trị nhập khẩu là 7,42 tỷ đô la Mỹ, giảm 28,7% so với cùng kỳ năm trước. Ảnh: Pagoda - Nguồn: CCCFNA, Tổng cục Hải quan Trung Quốc Bản tin thống kê

Để biết thêm thông tin về thị trường Trung Quốc, vui lòng viết [ở đây](#).

-Hiểu về nhập khẩu nông sản của Hoa Kỳ và tác động của chúng

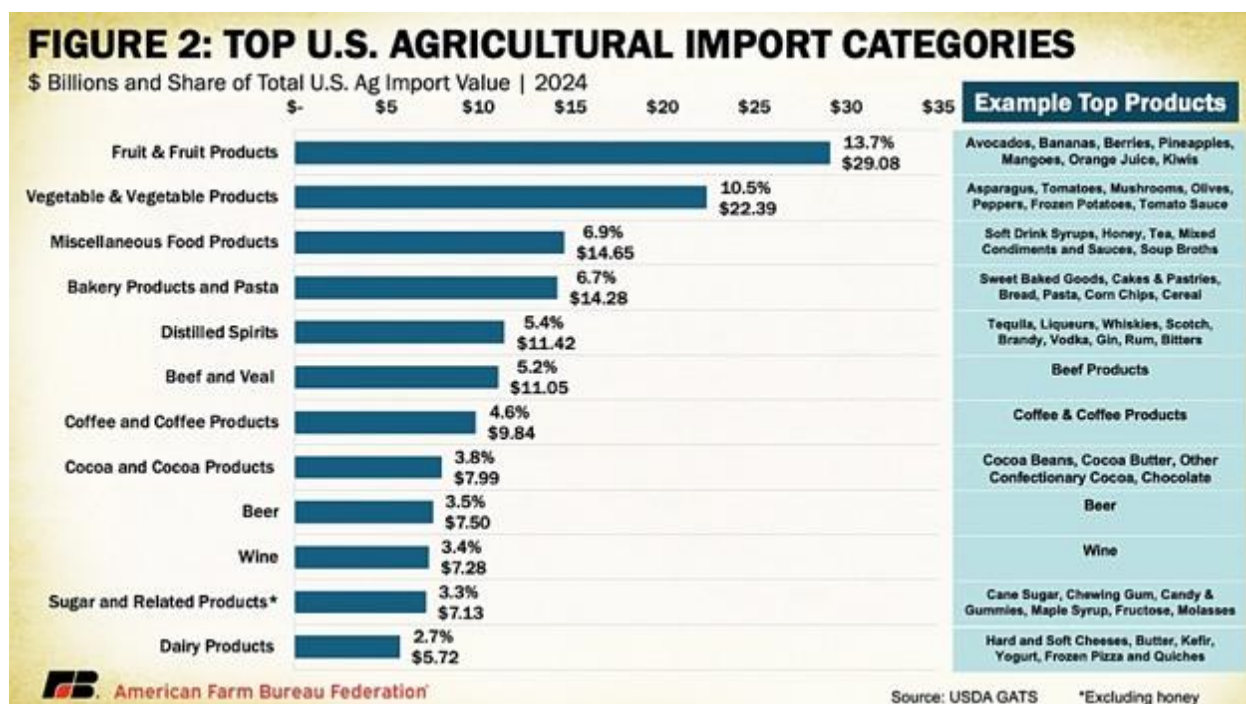
Thâm hụt thương mại nông nghiệp của Hoa Kỳ đã trở thành trọng tâm khi giá trị của các sản phẩm nông nghiệp nhập khẩu hiện vượt quá giá trị xuất khẩu. Năm 2024, Hoa Kỳ đã nhập khẩu 213 tỷ đô la hàng nông sản từ 184 quốc gia, trong đó Mexico, Canada và Liên minh châu Âu chiếm gần hai phần ba tổng số. Nhập khẩu đã tăng gấp bốn lần kể từ năm 2000, do nhu cầu của người tiêu dùng và chuỗi cung ứng toàn cầu thúc đẩy.



Hoa Kỳ nhập khẩu những gì và tại sao

Gần 70% hàng nông sản nhập khẩu của Hoa Kỳ là các sản phẩm hướng đến người tiêu dùng, bao gồm trái cây và rau quả, chiếm ưu thế trong các danh mục nhập khẩu. Trái cây nhiệt đới như chuối là một trong những mặt hàng được nhập khẩu nhiều nhất do năng lực sản xuất trong nước hạn chế. Các mặt hàng nhập khẩu lớn khác bao gồm cà phê, hầu như hoàn toàn có nguồn gốc từ nước ngoài, và các hàng hóa trung gian như dầu thực vật và chất tạo ngọt.

Hoa Kỳ nhập khẩu các sản phẩm nông nghiệp vì sự khác biệt về khí hậu, tính khả dụng của tài nguyên thiên nhiên và hiệu quả sản xuất ở các khu vực khác. Các quốc gia như Guatemala, Ecuador và Costa Rica cung cấp trái cây nhiệt đới, trong khi Canada là nguồn phân bón kali chính cần thiết cho nông nghiệp Hoa Kỳ.



Tính theo mùa và vai trò của hàng nhập khẩu

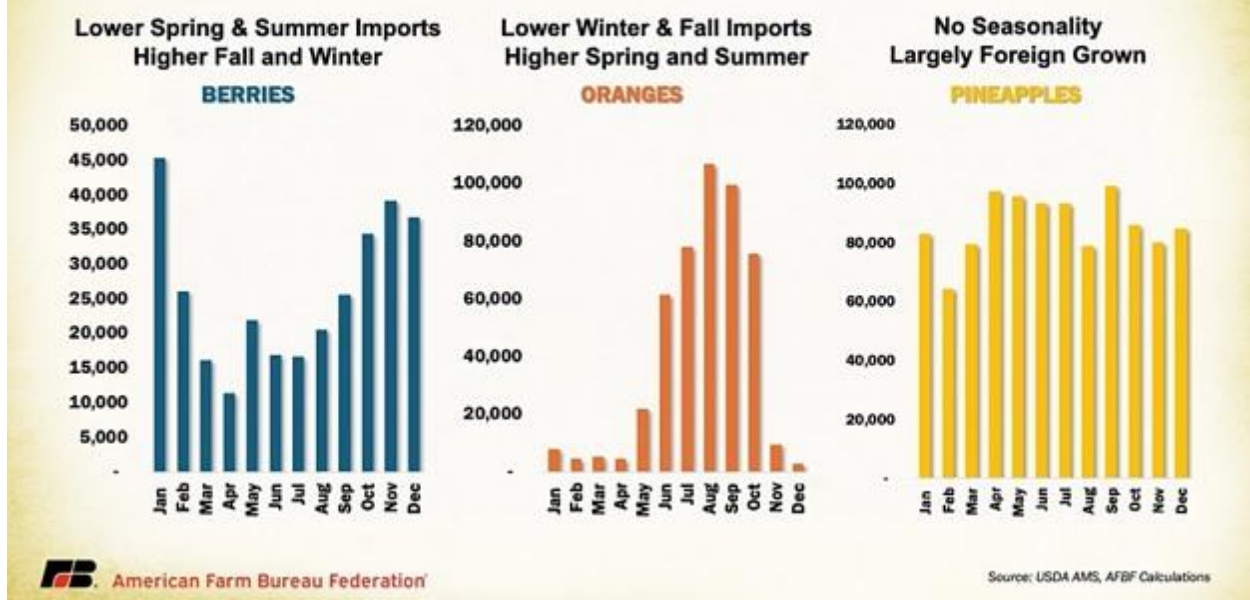
Tính theo mùa là một yếu tố quan trọng trong nhập khẩu của Hoa Kỳ. Khi sản lượng trong nước thấp, hàng nhập khẩu sẽ lấp đầy khoảng trống cung. Ví dụ, Hoa Kỳ phụ thuộc vào quả việt quất nhập khẩu từ Peru vào mùa đông và cam nhập khẩu vào mùa hè. Mô hình nhập khẩu theo mùa này đảm bảo sản phẩm tươi sống có sẵn quanh năm.

Đầu vào và sự phụ thuộc vào chuỗi cung ứng

Ngoài thực phẩm, ngành nông nghiệp Hoa Kỳ phụ thuộc rất nhiều vào các đầu vào nhập khẩu như phân bón và hóa chất bảo vệ thực vật. Mặc dù Hoa Kỳ sản xuất một số loại phân bón, nhưng nước này nhập khẩu 97% kali, chủ yếu từ Canada. Trung Quốc là nhà cung cấp hàng đầu các thành phần hoạt tính cho thuốc diệt cỏ và thuốc diệt nấm.

FIGURE 3: UNDERSTANDING SEASONALITY OF PERISHABLE IMPORTS

2023 Monthly Imports | Metric Tons | East Coast Ports

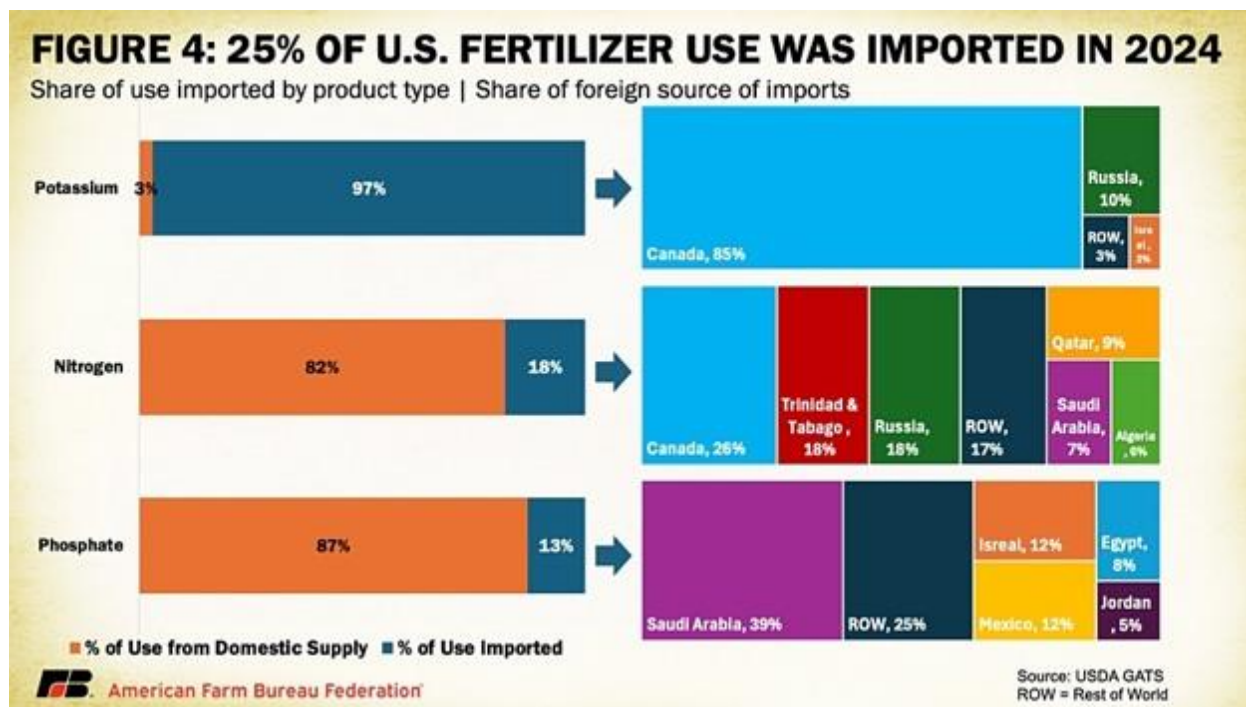


Nhu cầu của người tiêu dùng và sức mua

Hoa Kỳ là một nền kinh tế có thu nhập cao, nơi người tiêu dùng chi hơn 10% thu nhập của họ cho thực phẩm—một trong những tỷ lệ thấp nhất trên toàn cầu. Sự linh hoạt về tài chính này cho phép người Mỹ ưu tiên sự đa dạng, tiện lợi và chất lượng, thúc đẩy nhu cầu đối với các sản phẩm đặc sản nhập khẩu ngay cả khi có các lựa chọn trong nước.

Chi phí lao động và áp lực cạnh tranh

Chi phí lao động cao hơn khiến sản xuất nông nghiệp của Hoa Kỳ đắt hơn so với nhiều quốc gia khác. Vào năm 2025, mức lương bắt buộc đối với công nhân nông nghiệp tạm thời tại Hoa Kỳ là 18,12 đô la một giờ, cao hơn nhiều so với mức lương ở Mexico (1,59 đô la) hoặc Brazil (4,50 đô la). Sự chênh lệch chi phí này gây khó khăn cho những người trồng trọt tại Hoa Kỳ trong các lĩnh vực thâm dụng lao động như trồng trái cây và rau quả.



Cân bằng nhập khẩu và sản xuất trong nước

Trong khi nhập khẩu nông sản của Hoa Kỳ cung cấp cho người tiêu dùng nhiều lựa chọn đa dạng và cung cấp cho nông dân các đầu vào thiết yếu, chúng cũng nêu bật những thách thức trong lĩnh vực trong nước. Chi phí lao động tăng, khoảng cách cung ứng theo mùa và sự phụ thuộc vào chuỗi cung ứng toàn cầu tiếp tục định hình thương mại nông nghiệp của Hoa Kỳ. Việc cân bằng các mặt hàng nhập khẩu này với sản xuất trong nước mạnh mẽ vẫn rất quan trọng đối với tính bền vững của ngành.

American Farm Bureau Federation

Tel: +1 202 406 3600

Email: media@fb.org

www.fb.org



-Đồng đô la suy yếu trong bối cảnh bất ổn về thỏa thuận thương mại, đồng euro tăng giá



Đồng đô la đã giảm mạnh vào thứ Ba, khi mối lo ngại gia tăng về các thỏa thuận thương mại của Tổng thống Hoa Kỳ Donald Trump, vẫn chưa được hoàn tất. Đồng thời, đồng euro đã tăng sau khi Friedrich Merz được quốc hội Đức bầu làm thủ tướng.

Những người tham gia thị trường đang háo hức chờ đợi thông tin cụ thể về các thỏa thuận thương mại mà chính quyền Trump tuyên bố đang đàm phán, đặc biệt là với Trung Quốc. Trump cho rằng thông báo về một số thỏa thuận có thể được mong đợi trong tuần này.

Theo Eugene Epstein, giám đốc bộ phận cơ cấu tại Bắc Mỹ của Moneycorp, "Thị trường đang trở nên lo lắng rằng chúng ta đang bắt đầu phá vỡ lịch trình kể từ khi hoãn thuế quan trong 90 ngày mà không có bất kỳ thông báo có ý nghĩa nào được đưa ra." Ông cũng lưu ý thêm về tâm lý lo lắng đang chiếm ưu thế do thiếu các diễn biến chính thức.

Giá trị đồng đô la giảm 0,86% xuống còn 142,445 Yên Nhật. Trong khi đó, đồng đô la Đài Loan, gần đây đã tăng lên mức kỷ lục so với đồng tiền Hoa Kỳ, đã giảm 2,6% xuống còn 29,931 đối một đô la trong bối cảnh thị trường vẫn lo ngại về thuế quan.

Đồng đô la Canada đã tăng giá sau tuyên bố thẳng thắn của Thủ tướng Mark Carney với Trump trong chuyến thăm Nhà Trắng, khẳng định rằng Canada sẽ không bị bán. Đồng tiền Canada tăng 0,39% so với đồng đô la Mỹ, đạt 1,38 đô la Canada đổi 1 đô la.

Đồng euro tiếp tục tăng giá khi Merz giành được số phiếu cần thiết để đảm nhiệm vai trò thủ tướng Đức. Đồng euro được báo cáo lần cuối tăng 0,50% ở mức 1,1371 đô la.

Bộ Thương mại Hoa Kỳ tiết lộ thâm hụt thương mại tăng 14%, đạt mức kỷ lục 140,5 tỷ đô la vào tháng 3, do lượng hàng nhập khẩu tăng trước thời điểm áp thuế quan.

So với đồng franc Thụy Sĩ, đồng đô la đã đảo ngược mức tăng trước đó, giảm 0,09% xuống còn 0,82145 franc. Chủ tịch Ngân hàng Quốc gia Thụy Sĩ Martin Schlegel cho biết ngân hàng này sẵn sàng can thiệp vào thị trường tiền tệ và có khả năng cắt giảm lãi suất xuống dưới 0 để duy trì sự ổn định giá cả.

Sự chú ý hiện đang đổ dồn vào cuộc họp chính sách sắp tới của Cục Dự trữ Liên bang, nơi ngân hàng trung ương dự kiến sẽ duy trì lãi suất hiện tại. Chủ tịch Fed Jerome Powell dự kiến sẽ không đưa ra hướng dẫn rõ ràng về phản ứng của ngân hàng đối với thuế nhập khẩu của Hoa Kỳ. Các nhà phân tích của Macquarie, do Thierry Wizman dẫn đầu, đã cảnh báo không nên mong đợi "tín hiệu 'ôn hòa' rõ ràng" từ Fed.

Ngân hàng Anh dự kiến sẽ giảm lãi suất 0,25 điểm phần trăm vào thứ năm, với đồng bảng Anh tăng 0,61% lên 1,33780 đô la. Nguồn: [Reuters](#)

Báo cáo thị trường trái cây bán buôn tuần 18

-Ngày lễ "Lao Động T5 " thúc đẩy doanh số bán trái cây và hộp quà tặng có nhu cầu cao-Tin TQ

Kỳ nghỉ lễ "May Day" kéo dài năm ngày, bắt đầu từ thứ năm, đã thúc đẩy đáng kể hoạt động của thị trường trái cây. Lượng người mua tăng đáng kể, với nhiều loại trái cây theo mùa có doanh số bán mạnh hơn và giá tăng nhẹ.

Giá táo New Zealand, đặc biệt là các giống Royal Gala và Queen, đã tăng, trong đó Royal Gala tăng đáng kể nhất. Ngược lại, giá cam nhập khẩu vẫn ổn định, với các thương nhân ghi nhận ít thay đổi trong doanh số bán hàng nói chung.



Trái: Cam Ai Cáp; phải: Táo Queen New

Zealand

Về nho nhập khẩu, các thương nhân báo cáo rằng nho Úc tiếp tục có chất lượng và hương vị tốt nhất trong mùa này, thậm chí vượt trội hơn những năm trước. Tuy nhiên, nho từ Peru, Chile và các nguồn gốc khác đã giảm cả về hình thức và hương vị, dẫn đến giá thấp hơn. Nho Chile có hiệu suất tốt hơn nho Peru gần đây. Nhìn chung, khối lượng nho nhập khẩu thấp hơn một chút so với những năm trước và nhu cầu từ người mua đã yếu đi. Các lô hàng giá thấp hơn đã bán hiệu quả hơn.



Trái: Mận Crimson Fall của Chile; Phải:

Nho Úc

Nguồn cung việt quất Trung Quốc đã giảm gần đây. Cùng với nhu cầu trong kỳ nghỉ, giá cả đã tăng. Hiện tại, việt quất 18 mm+ đang được bán với giá khoảng 11,75–13,15 đô la một hộp (85–95 yên), với doanh số bán hàng chung khá tốt.

Mận nhập khẩu đang vào cuối mùa sản xuất. Khối lượng thị trường thấp và giá cả tăng theo. Các thương nhân báo cáo doanh số bán hàng ổn định, với Crimson Fall là giống phổ biến nhất hiện có.



Trái: Quả bơ Peru; Phải: Quả việt quất Trung

Quốc

Các loại trái cây khác hưởng lợi từ đợt tăng giá trong kỳ nghỉ bao gồm bơ nhập khẩu và thanh long. Nhu cầu đối với bơ Peru đã tăng, khiến giá tăng nhẹ lên khoảng 17,30 đô la một hộp (125 yên). Các lô hàng hiện tại có chất lượng tốt. **Giá thanh long Việt Nam vẫn ổn định so với tuần trước, với loại trái cây loại một cũng có giá khoảng 17,30 đô la một hộp.** Các thương nhân lưu ý rằng trong khi giá tăng đột biến trong cùng kỳ năm ngoái do tình trạng thiếu hụt, nguồn cung hiện tại vẫn ổn định và giá cả vẫn ở mức hợp lý.



Trái: sầu riềng Thái; Phải: sầu riềng Kanyao của Việt Nam

Đối với sầu riềng, lượng sầu riềng Thái Monthong nhập khẩu đã tăng, dẫn đến giá giảm dần. Sầu riềng loại A6 đang được bán với giá khoảng 152 đô la một hộp (1.100 yên) và doanh số đang diễn ra suôn sẻ. Trong khi đó, sầu riềng Việt Nam đang đến với số lượng ít hơn và giá đã giảm so với tuần trước. Một số thương nhân thích sầu riềng Thái Lan do thời gian thông quan không nhất quán và chất lượng của sầu riềng Việt Nam không đồng đều. Nhìn chung, khối lượng sầu riềng nhập khẩu vẫn thấp hơn so với cùng kỳ năm ngoái.



Hộp quà: bên trái: Quả sơn trà Tứ

Xuyên; bên phải: Dưa lưới Hải Nam

Trong số các loại trái cây trong nước, các loại theo mùa như dưa lưới Hải Nam và mận Tứ Xuyên có doanh số tăng trưởng nhờ kỳ nghỉ lễ. Các thương nhân lưu ý rằng hộp quà tặng đặc biệt được ưa chuộng.

Một thương nhân cho biết thêm rằng trong những ngày lễ Quốc tế Lao động trước đây, sầu riêng là ngôi sao của thị trường trái cây, với nhiều người mua tập trung vào nó. Tuy nhiên, do nguồn cung giảm trong năm nay, người mua đã đa dạng hóa các giao dịch mua của họ, góp phần tăng doanh số bán hàng ở các loại trái cây khác.

-Giá dừa toàn cầu tăng vọt do thiếu hụt nguồn cung

Thị trường dừa toàn cầu đang chứng kiến giá tăng đột biến, do hạn chế nguồn cung do biến đổi khí hậu và vấn đề dịch hại ở các nước sản xuất chính. Việt Nam, sản xuất khoảng 2 triệu tấn mỗi năm, là nước xuất khẩu dừa lớn thứ năm thế giới, với Hoa Kỳ và Trung Quốc là những nước tiêu thụ chính.



Tại Hoa Kỳ, giá dầu dừa trong tháng 4 tăng 127% so với mức trung bình năm năm. Philippines, một nước xuất khẩu hàng đầu, chứng kiến giá đạt 2.658 đô la Mỹ một tấn, mức cao nhất trong ba năm. **Biến đổi khí hậu và sâu bệnh đã ảnh hưởng đến sản lượng ở Sri Lanka và Philippines, làm giảm nguồn cung nguyên liệu thô cho dầu dừa.**

Nhu cầu ở Hoa Kỳ, Trung Quốc và EU đang tăng. USDA báo cáo lượng dầu dừa nhập khẩu của Hoa Kỳ tăng gần 30% vào đầu năm 2025 so với năm trước. Ngành dừa của Việt Nam, tập trung ở Đồng bằng sông Cửu Long, bao phủ 200.000 ha, trong đó một phần ba đạt tiêu chuẩn hữu cơ cho thị trường Hoa Kỳ và EU.

Tình trạng thiếu hụt toàn cầu đã đẩy giá dừa trong nước lên cao, với giá dừa Trà Vinh từ 8,40 đến 8,82 đô la một tá. Các công ty chế biến xuất khẩu báo cáo nhu cầu mạnh nhưng nguồn cung thô hạn chế.

Tính đến cuối tháng 4, giá dừa thu mua từ nông dân là 8,40 - 8,82 USD/10 quả, cộng thêm chi phí vận chuyển là 0,63 - 0,84 USD. Trước đây, giá dừa khô thô Bến Tre là 2,10 - 2,94 USD/10 quả, nhưng hiện đã lên tới 8,40 USD.

Dừa Việt Nam được xuất khẩu sang 40 quốc gia, trong đó thị trường chính là Hoa Kỳ và Trung Quốc. Vào tháng 8 năm 2023, thị trường Hoa Kỳ mở cửa cho dừa Việt Nam, dẫn đến xuất khẩu tăng gấp 11 lần trong vòng một năm. Đầu năm 2024, xuất khẩu của Hoa Kỳ tăng 46% so với năm trước. Nguồn: Vietnam.net

-Giá dừa tăng vọt ở Việt Nam, Philippines và Thái Lan



Giá dừa đang đạt mức chưa từng có ở Việt Nam, Philippines và Thái Lan, do tình trạng thiếu hụt nguồn cung liên quan đến biến đổi khí hậu và dịch hại. Vina T&T, một công ty xuất khẩu trái cây lớn, đang thu mua dừa tại cổng trang trại với giá lên tới 220.000 đồng (8,47 đô la Mỹ) một tá, đánh dấu mức giá cao nhất từ trước đến nay.

Các nguồn tin trong ngành tiết lộ rằng giá dừa đã tăng gấp đôi so với năm trước, với các thương nhân phải đối mặt với thách thức trong việc đảm bảo nguồn cung. Nguyễn Đình Tùng, Tổng giám đốc điều hành của Vina T&T, cho biết, "Giá dừa đang tăng nhanh như giá vàng". Hiện tại, công ty xuất khẩu bảy container dừa mỗi tuần, chỉ đáp ứng được hai phần ba nhu cầu quốc tế. Xu hướng giá này được phản ánh ở Sri Lanka, Philippines và Thái Lan, nơi giá dừa đã tăng 50-100% theo năm. Ở Thái Lan, giá bán lẻ dừa là 2,9 đô la một kg, trong khi ở Philippines, giá đã lên tới 4,28 đô la.

Điều kiện thời tiết khắc nghiệt kéo dài đã làm gián đoạn chuỗi cung ứng, với El Nino gây ra hạn hán và La Nina dẫn đến mưa lớn và bão trái mùa ở các vùng trồng dừa chính. Dịch bệnh bùng phát đã tác động thêm đến năng suất, trong khi nhu cầu từ các thị trường như Trung Quốc và Hoa Kỳ tiếp tục làm tăng giá.

Bất chấp những thách thức này, dừa Việt Nam đang tìm thấy thành công nhờ giá cả cạnh tranh và chất lượng ổn định. Bộ Nông nghiệp và Môi trường báo cáo sự tăng trưởng mạnh mẽ trong xuất khẩu dừa tươi của Việt Nam trong bốn tháng đầu năm, với sự gia tăng đáng kể sang Hoa Kỳ và Trung Quốc. Là nước xuất khẩu dừa lớn thứ năm thế giới, Việt Nam tự hào có 200.000 ha vườn cây ăn quả, sản xuất khoảng hai triệu tấn mỗi năm.

Dừa Việt Nam hiện được phân phối trên hơn 40 quốc gia, với Hoa Kỳ và Trung Quốc là thị trường chính. Sau khi thị trường Hoa Kỳ mở cửa vào tháng 8 năm 2023, xuất khẩu đã tăng gấp 11 lần trong vòng một năm. Trong hai tháng đầu năm 2025, xuất khẩu sang thị trường này tăng 46% so với cùng kỳ năm trước. Trung Quốc cũng nổi lên như một thị trường quan trọng, tiêu thụ khoảng bốn tỷ quả dừa mỗi năm.

Ông Đặng Phúc Nguyên, Tổng thư ký Hiệp hội Rau quả Việt Nam, lưu ý đến sự phổ biến của dừa Việt Nam tại Hoa Kỳ và Trung Quốc vào mùa hè và dự đoán xuất khẩu dừa tươi sẽ đạt 500 triệu đô la trong năm nay. Nguồn: VNExpress

-New Zealand thúc đẩy dự án chanh dây thông minh thích ứng với khí hậu của Việt Nam



Các nhà khoa học New Zealand từ Plant and Food Research đang hợp tác với hơn 70 nông dân ở vùng nông thôn Việt Nam để nâng cao sản lượng chanh dây thông qua dự án VietFruit. Sáng kiến này, một phần của dự án Chuối giá trị trái cây thông minh với khí hậu của Việt Nam, đã được triển khai trong hơn hai năm, tập trung vào việc cải thiện sản xuất và thực hành sau thu hoạch tại tỉnh Sơn La và Gia Lai ở Việt Nam.

Ngành nông nghiệp, chiếm khoảng 11% GDP của Việt Nam, là một thành phần quan trọng của nền kinh tế quốc gia. Chanh dây, hay chanh leo, là một loại cây trồng làm vườn đáng chú ý, với khoảng 12.000 ha được trồng vào năm ngoái. Khối lượng xuất khẩu của loại cây trồng này dự kiến sẽ tăng, sau khi Việt Nam tiếp cận thị trường mới là Úc, các cuộc đàm phán đang diễn ra với Hoa Kỳ và gần đây là tiếp cận thị trường Trung Quốc.

Dự án VietFruit là sự hợp tác giữa Plant and Food Research, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Việt Nam và các tổ chức địa phương khác. Dự án nhằm mục đích tăng xuất khẩu và hỗ trợ ngành nông nghiệp trong việc phát triển khả năng phục hồi khí hậu và lực lượng lao động có tay nghề cao hơn. Khoản phân bổ 6,2 triệu đô la từ Bộ Ngoại giao và Thương mại New Zealand hỗ trợ các mục tiêu này.

Tiến sĩ Karmun Chooi, một nhà khoa học cấp cao của Plant and Food Research, nhấn mạnh trọng tâm của dự án là tìm hiểu về canh tác chanh dây và chuối giá trị của nó. Nhóm nghiên cứu có kế hoạch tiến hành thử nghiệm trang trại với các nhóm nông dân Việt Nam, tập trung vào các nhóm nông dân dân tộc thiểu số và do phụ nữ lãnh đạo. Các thử nghiệm này sẽ khám phá các kỹ thuật quản lý như tiêu chuẩn vệ sinh, cắt tỉa chiến lược và ứng dụng hóa chất nông nghiệp.

Stephanie Montgomery, một đồng trưởng nhóm dự án khác, đã nêu bật những thách thức do biến đổi khí hậu gây ra, chẳng hạn như các kiểu thời tiết khó lường ảnh hưởng đến sản xuất chanh dây. Dự án tìm cách bảo vệ người nông dân trước những thay đổi này thông qua các biện pháp như trồng cây che phủ và cải thiện khả năng dự trữ nước.

Montgomery lưu ý tầm quan trọng của việc cân bằng tác động môi trường với sản xuất lương thực, giải quyết các vấn đề như xói mòn và quản lý chất dinh dưỡng. Dự án nhằm mục đích lấp đầy khoảng trống kiến thức và tối ưu hóa sản xuất chanh dây, bất chấp sự cạnh tranh từ các loại cây trồng có giá trị cao khác.

Nhóm sẽ tiếp tục làm việc với nông dân địa phương, chia sẻ hiểu biết và phát triển các phương pháp mới. Các cột mốc sắp tới bao gồm thử nghiệm các mẫu máy rửa chanh dây mới và thúc đẩy công việc trong nhóm làm việc thông minh về khí hậu ASEAN. Nguồn: [Farmers Weekly](#)

-Thái Lan nỗ lực đáp ứng kỳ vọng về an toàn thực phẩm của Trung Quốc



Bộ Nông nghiệp Thái Lan đang thực hiện kiểm soát chất lượng chặt chẽ hơn đối với trái cây xuất khẩu sang Trung Quốc.

Bộ Nông nghiệp Thái Lan đang tăng cường nỗ lực cải thiện tính nhất quán và an toàn của xuất khẩu trái cây sang Trung Quốc, thị trường chính của nước này đối với sầu riêng, lamyai và xoài. Một ủy ban cấp cao do Bộ trưởng Nông nghiệp Narumon Pinyosinwat làm chủ tịch đã họp vào tuần trước để giải quyết những thách thức đang diễn ra trong xuất khẩu và thực hiện các biện pháp kiểm soát chất lượng chặt chẽ hơn.

Theo báo cáo của phương tiện truyền thông Thái Lan, các kết quả chính của cuộc họp bao gồm việc tập trung trở lại vào sản xuất trái cây không hóa chất và cải thiện các giao thức an toàn thực phẩm. Các nhà chức trách cũng đang biên soạn một sổ đăng ký các nhà môi giới đáng tin cậy — hiện có tổng cộng 307 nhà môi giới trên toàn quốc — xử lý các sản phẩm được chứng nhận, an toàn cho sức khỏe để xuất khẩu. Điều này sẽ hỗ trợ khả năng truy xuất nguồn gốc và tăng cường sự tin tưởng giữa các viên chức hải quan Trung Quốc.

Bộ thừa nhận nhu cầu giảm thiểu rủi ro trong mùa thu hoạch cao điểm từ tháng 5 đến tháng 6, đặc biệt là những rủi ro liên quan đến hạn hán, bão mùa hè, quản lý nước và xét nghiệm trong phòng thí nghiệm không nhất quán. Các cơ quan chính phủ đã được giao nhiệm vụ mở rộng giáo dục nông dân và tăng cường các hoạt động xử lý sau thu hoạch. Bộ trưởng Narumon tái khẳng định cam kết của chính phủ trong việc đảm bảo trái cây Thái Lan đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn quốc tế, nhằm đảm bảo tiếp tục tiếp cận thị trường Trung Quốc và giảm sự biến động trong xuất khẩu. Nguồn: bangkokpost.com

-Thái Lan thúc đẩy xuất khẩu nông sản bằng 7 chiến lược



Bộ Thương mại Thái Lan đã đưa ra bảy biện pháp chiến lược và 25 kế hoạch hành động để tăng cường xuất khẩu các sản phẩm nông nghiệp trên toàn cầu. Sáng kiến này phù hợp với chỉ thị của Thủ tướng nhằm giải quyết tình trạng cung vượt cầu trong nước và cải thiện thu nhập của nông dân.

Bộ trưởng Pichai Naripthaphan tuyên bố rằng các hoạt động hợp tác đang được tiến hành với nhiều cơ quan khác nhau để cải thiện sản xuất, tiếp thị, xuất khẩu, chế biến và tạo thuận lợi cho

thương mại cho mục tiêu 950.000 tấn trái cây. Ngoài ra còn có một chiến dịch tăng tiêu thụ trái cây trong nước.

Bộ Thương mại Nội địa đang hợp tác với các cửa hàng bán lẻ lớn để mở rộng kênh bán hàng trực tiếp đến người tiêu dùng cho nông dân. Ngoài ra, quan hệ đối tác với các hiệp hội phân bón và Bộ Nông nghiệp và Hợp tác xã nhằm mục đích giảm chi phí sản xuất bằng cách cung cấp phân bón chất lượng cao với giá chiết khấu.

Về chính sách thương mại, Bộ đang đẩy nhanh các cuộc đàm phán về hiệp định thương mại tự do (FTA) với Liên minh châu Âu, Hàn Quốc và ASEAN-Canada, với mục tiêu hoàn tất các cuộc đàm phán vào cuối năm. Điều này sẽ mở rộng các FTA của Thái Lan lên hơn 50 quốc gia. Bộ trưởng Pichai lưu ý, "Thành công của các FTA hiện tại đã rõ ràng", trích dẫn mức tăng trưởng 17,8% trong xuất khẩu của Thái Lan vào tháng 3, đạt 29,55 tỷ đô la.

Pichai cũng đề cập đến chương trình Thai SELECT được cải tiến, hiện có biểu tượng "Orchid Star" và các nỗ lực ngăn chặn việc sử dụng sai nhãn xuất khẩu của Thái Lan. Bộ đang giải quyết tình trạng trốn thuế và giám sát chặt chẽ các nhóm sản phẩm có rủi ro cao thông qua sự hợp tác với Hải quan Hoa Kỳ.

Các nỗ lực chống lại nhập khẩu bất hợp pháp và các doanh nghiệp được đề cử vẫn tiếp tục, với nhiều hành động pháp lý được thực hiện và thiệt hại đáng kể được báo cáo. Bộ đã đặt ra kế hoạch thanh tra đề cử năm 2025 nhằm vào nhiều thực thể pháp lý. Nguồn: [The Nation](#)

-Giá bơ Việt Nam đạt mức cao nhất trong 5 năm



Trong một diễn biến đáng chú ý trong lĩnh vực kinh doanh nông nghiệp, giá bơ tại Việt Nam đã tăng lên khoảng 1,54 đô la Mỹ một kg, đánh dấu mức tăng 100% so với năm ngoái và đạt mức cao nhất trong năm năm. Sự leo thang giá này có liên quan đến tình trạng thiếu hụt nguồn cung.

Hiện, một nông dân ở Lâm Đồng, dự kiến thu được khoảng 4.100 đô la Mỹ từ việc bán bơ trong năm nay, phản ánh mức lợi nhuận 60%. Mặc dù vậy, Hoàng Anh, một nhà bán lẻ tại Thành phố Hồ Chí Minh, báo cáo nguồn cung giảm 50% so với năm trước do năng suất thấp.

Điều kiện thời tiết bất lợi đã tác động đáng kể đến thị trường bơ, hạn chế sản lượng. Các thương nhân như Đặng Minh Tiến quan sát thấy nhiều nông dân đang chuyển sang các loại cây trồng có lợi nhuận cao hơn như sầu riêng và cà phê, khiến nguồn cung càng thắt chặt hơn.

Đề ứng phó với tình trạng giá cả tăng cao, các chuỗi bán lẻ như MM Mega Market đang triển khai các biện pháp đảm bảo chất lượng. Chuỗi này sử dụng nhãn dán màu xanh lá cây để chỉ những quả bơ chất lượng cao và không có dư lượng hóa chất, đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng đối với sản phẩm cao cấp.

Các cơ quan nông nghiệp ở tỉnh Lâm Đồng báo cáo diện tích trồng bơ đang giảm, với khoảng 8.000 ha hiện đang sản xuất khoảng 80.000 tấn mỗi năm. Khi nông dân chuyển sang các loại cây trồng có lợi nhuận cao hơn, tương lai của thị trường bơ vẫn còn bất định.

Khi giá bơ tăng, tác động đến động lực bán lẻ và hành vi của người tiêu dùng đang trở nên rõ ràng. Xu hướng này có thể thúc đẩy người tiêu dùng chuyển sang các loại trái cây thay thế hoặc khuyến khích trồng bơ ở các vùng khác, có khả năng định hình lại xu hướng của người tiêu dùng

trên thị trường trái cây. Các nhà bán lẻ có thể cần điều chỉnh theo những thay đổi này để đáp ứng hiệu quả nhu cầu đang thay đổi của người tiêu dùng. Nguồn: [Tin tức bán lẻ](#)

-Campuchia mở cơ sở xuất khẩu sầu riêng đầu tiên

Campuchia đã khánh thành cơ sở đóng gói sầu riêng đầu tiên phục vụ xuất khẩu quốc tế tại Làng Chantong, Xã Sralob, Huyện Tbong Khmum. Công ty HF FRUIT LTD đã thành lập cơ sở này, tập trung vào thị trường Trung Quốc dành cho sầu riêng Campuchia.

Chính quyền tỉnh ủng hộ khoản đầu tư này, ông Heng Pisith, Giám đốc Sở Nông nghiệp tỉnh Tbong Khmum, phát biểu: "Đây là thời khắc lịch sử đối với ngành nông nghiệp Campuchia". Cơ sở này cho phép nông dân ở Tbong Khmum bán sầu riêng với giá cạnh tranh nhưng vẫn đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế.



Nhà máy sẽ chế biến sầu riêng theo kích thước, chủng loại và chất lượng, với các quyết định mua hàng dựa trên giá thị trường. Cách tiếp cận này nhằm mục đích giảm chi phí vận hành cho nông dân và thúc đẩy các tiêu chuẩn sản xuất cao hơn.

Campuchia hiện có 5.289 ha trang trại sầu riêng, với sản lượng hàng năm khoảng 36.656 tấn. Tại tỉnh Tbong Khmum, 950 ha được dành riêng cho việc trồng sầu riêng. Nhà máy đóng gói tạo điều kiện cho các cơ hội xuất khẩu vượt ra ngoài Thái Lan và Việt Nam, nâng cao vị thế của Campuchia trên thị trường sầu riêng toàn cầu.

Nông dân địa phương coi hoạt động của nhà máy là tương lai đầy hứa hẹn. Sáng kiến này được coi là cơ hội kinh tế và là phương tiện để nâng cao chất lượng và sự công nhận toàn cầu của sầu riêng Campuchia.

Những diễn biến này giúp Campuchia củng cố vị thế của mình trên thị trường nông nghiệp quốc tế, góp phần vào tăng trưởng kinh tế và tính bền vững. Nguồn: [Construction and Property](#)

-Xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam sang Trung Quốc giảm 83%



Ngành xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam đang phải đối mặt với những thách thức do các quy trình kiểm dịch nghiêm ngặt do Trung Quốc áp đặt và sự cạnh tranh ngày càng tăng từ các đối thủ trong khu vực. Các thủ tục kiểm tra kéo dài, hiện mất tới một tuần, đã dẫn đến giá trong nước giảm và lo ngại về chất lượng, như những người trong ngành đã nêu.

Hải quan Trung Quốc hiện đang tiến hành kiểm tra toàn diện tất cả các lô hàng sầu riêng để tìm hóa chất bị cấm, bao gồm auramine O. Kết quả là, xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam sang Trung Quốc đã giảm 83% trong hai tháng đầu năm, chỉ đạt 27 triệu đô la. Việc thông quan biên giới

kéo dài đã dẫn đến chất lượng giảm sút, với một số lô hàng đến các chợ bán buôn của Trung Quốc bị hư hỏng.

Tình hình này khiến nông dân ĐBSCL phải giảm giá 30%, với mức giá hiện tại dao động từ 35.000 - 70.000 đồng/kg (1,35 - 2,69 đô la Mỹ), trái ngược hẳn với giá của năm trước. Xuất khẩu chậm lại khiến các doanh nghiệp thận trọng, giảm đáng kể khối lượng xuất khẩu.

Thị phần của Việt Nam tại Trung Quốc đã giảm từ 62% xuống còn 37%, trong khi Thái Lan đã tăng thị phần lên 62,3%. Mặc dù có các tiêu chuẩn kiểm tra tương tự, chính phủ Thái Lan đã triển khai các chiến lược để duy trì khối lượng xuất khẩu cao. Trong khi đó, sự cạnh tranh mới từ Lào, Indonesia và Campuchia làm tăng thêm những thách thức mà các nhà xuất khẩu Việt Nam phải đối mặt.

Lào gần đây đã phân bổ hơn 273 ha tại tỉnh Attapeu để trồng sầu riêng nhằm vào thị trường Trung Quốc. Việc thành lập Hiệp hội kinh doanh sầu riêng và một trung tâm nghiên cứu hợp tác với các công ty Trung Quốc nêu bật cam kết của Lào. Indonesia, với năng lực sản xuất đáng kể, đang hoàn thiện các giao thức hậu cần và kiểm dịch để thâm nhập thị trường Trung Quốc.

Campuchia cũng đã tham gia thị trường này, ký một giao thức với Trung Quốc để xuất khẩu sầu riêng, cùng với các sản phẩm nông nghiệp khác.

Đại diện ngành công nghiệp tại Việt Nam kêu gọi chính phủ tăng cường can thiệp để giải quyết những thách thức này. Họ nhấn mạnh nhu cầu về các cơ chế thử nghiệm tại chỗ để giảm chi phí và cải thiện đảm bảo chất lượng. Các đề xuất bao gồm giáo dục nông dân về việc sử dụng phân bón tuân thủ và tăng số lượng các trung tâm thử nghiệm được Trung Quốc chấp thuận.

Nguồn: [VNExpress](#)

Ở Thái Lan, khi mang sầu riêng đến kho đóng gói xuất khẩu để bán thì người bán phải có giấy tờ xuất xứ lô hàng từ vườn nào, vườn đó phải có chứng nhận xuất khẩu và có xét nghiệm Cadimi + Vàng O.

Ở Việt Nam chưa thấy kho nào yêu cầu những giấy tờ này? Vậy họ xuất khẩu bằng cách nào?



-Giá sầu riêng Việt Nam giảm, nông dân buộc phải tự bán



Chính quyền kêu gọi xây dựng các tiêu chuẩn tốt hơn và thị trường mới để tránh khủng hoảng.

Tại Đồng bằng sông Cửu Long của Việt Nam, những người trồng sầu riêng đang phải vật lộn với tình trạng cung vượt cầu và sức mua hạn chế từ các thương lái. Đến ngày 1 tháng 5, giá sầu riêng Ri6 tại trang trại đã giảm xuống còn khoảng 0,98 đô la một kg — giảm 0,20 đô la đến 0,59 đô la so với tháng trước.

Để ứng phó, nông dân ở các vùng như Phong Điền (Cần Thơ) và Châu Thành A (Hậu Giang) đã chuyển sang bán hàng ven đường dọc theo Quốc lộ 61C, thu nhập từ 1,17 đến 2,34 đô la một kg tùy thuộc vào chất lượng trái cây. Cách tiếp cận này, cũng thấy ở các tỉnh như Vĩnh Long, mang lại lợi nhuận tốt hơn nhưng báo hiệu các vấn đề thị trường sâu sắc hơn.

Các nhà chức trách nêu ra mối lo ngại về giá cả không ổn định, chất lượng không đồng nhất và các tiêu chuẩn toàn cầu ngày càng tăng. Với sản lượng tăng và nhu cầu nhập khẩu khắt khe hơn, người trồng được khuyến khích áp dụng các biện pháp an toàn thực phẩm quốc tế và đầu tư vào công nghệ sau thu hoạch.

Để ổn định ngành, các quan chức khuyến nghị tăng cường mối quan hệ giữa nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp. Cũng nhấn mạnh vào việc đa dạng hóa các sản phẩm sầu riêng và mở rộng các kênh xuất khẩu để giảm sự phụ thuộc vào người mua địa phương. Nguồn: en.sggp.org.vn

-Giá sầu riêng Việt Nam xuống mức thấp nhất trong 10 năm



Tại Đồng bằng sông Cửu Long của Việt Nam, sầu riêng bị từ chối trong quá trình kiểm tra xuất khẩu đang được bán với giá khoảng 1,14 đô la một kg, đánh dấu mức giá thấp nhất trong 10 năm. Những loại trái cây này xuất hiện trên lề đường ở Thành phố Cần Thơ và Tỉnh Hậu Giang với các biển quảng cáo giảm giá.

Hiện tại, các thương nhân chào bán với giá 1,90 đến 2,85 đô la một kg tại cổng trang trại. Những người trong ngành cho rằng mức giá thấp này là do sầu riêng rụng sớm do điều kiện thời tiết, thường bị các nhà xuất khẩu từ chối. Ông Nguyễn Đình Tùng, Tổng giám đốc điều hành của

Vina T&T, cho biết: "Chúng tôi đang mua sầu riêng với giá 1,90 đô la một kg, và trái cây được bán với giá 1,14 đô la rất khó có thể đạt tiêu chuẩn xuất khẩu".

Nông dân đang phải chịu cảnh năng suất giảm do thời tiết bất lợi. Anh Hoàng, một nông dân ở tỉnh Tiền Giang, đã bán sầu riêng của mình với giá 1,63 đô la một kg, ghi nhận mức giảm 30% về năng suất. Tương tự, anh Hùng, một nông dân ở Cần Thơ, đã báo cáo mức giảm 20% về sản lượng, anh nói rằng, "Tất cả các trang trại mà tôi biết đều chứng kiến năng suất giảm 20-40%. Do đó, giá không thể xuống quá thấp được".

Ngọc Diễm, người bán sầu riêng giá rẻ này, cho biết mặc dù trái rụng sớm nhưng vẫn có thể chế biến thành món ăn. Tuy nhiên, thương lái Mạnh Khương khuyên nên thận trọng, cảnh báo không nên mua những loại trái cây giá quá rẻ vì khả năng ăn được của chúng không chắc chắn.

Nguồn [VNExpress](#)

-Tỉnh Takeo-Kampuchia- cấm nhập khẩu sầu riêng Việt Nam



Vei Samnang, Thống đốc tỉnh Takeo, đã chỉ thị cho các nhân viên biên phòng tại cửa khẩu Takeo-Kiên Giang chặn nhập khẩu sầu riêng vào Campuchia. ***Phát biểu tại cuộc họp của Hội đồng tỉnh Takeo, ông lưu ý rằng sầu riêng của Việt Nam chứa các hóa chất gây hại cho người tiêu dùng.*** Ông tuyên bố, "Tình hình này đã dẫn đến tình trạng dư thừa sầu riêng lớn, đặc biệt là khi giá sầu riêng giảm và có thể có tình trạng nhập khẩu trái phép vào thị trường Campuchia".

Samnang ra lệnh, "Tôi đã ra lệnh nghiêm ngặt các cửa khẩu quốc tế, song phương và khu vực để ngăn chặn sầu riêng xâm nhập vào thị trường Campuchia qua các cửa khẩu Takeo." Ông báo cáo cho đến nay không có hoạt động nhập khẩu sầu riêng trái phép nào qua tỉnh Takeo.

Nguồn: [Khmer Times](#)

-Thái Lan thúc đẩy phân phối trái cây, triển khai chương trình phân bón



Bộ Thương mại Thái Lan đang giải quyết vấn đề giá trái cây giảm bằng cách đẩy nhanh việc phân phối 950.000 tấn sản phẩm trong nước và quốc tế. Bộ trưởng Thương mại Pichai Naripthaphan nhấn mạnh sự hợp tác của bộ với nhiều tổ chức khác nhau để thực hiện các chiến lược bao gồm sản xuất, tiếp thị, xuất khẩu, chế biến và tạo thuận lợi cho thương mại. Sáng kiến này nhằm mục đích phân phối hiệu quả lượng trái cây dư thừa.

Bộ Thương mại Nội địa (DIT), hợp tác với các chuỗi bán lẻ lớn như Siam Paragon, Central, The Mall và CP Axtra, sẽ triển khai các hoạt động xúc tiến trái cây. Những nỗ lực này được thiết kế để tăng cường các kênh phân phối cho nông dân khi mùa thu hoạch bắt đầu.

Ngoài ra, DIT đã hợp tác với các hiệp hội nông nghiệp, nhà sản xuất phân bón và Bộ Nông nghiệp và Hợp tác xã để giới thiệu "Chương trình phân bón giá rẻ 2025". Chương trình này cung cấp phân bón chất lượng với mức chiết khấu lên tới 1,35 đô la Mỹ cho mỗi bao, với hơn 79 công thức khác nhau. Tổng cộng 10,06 triệu bao sẽ có sẵn từ 26 nhà cung cấp trên toàn quốc.

Bộ trưởng Pichai cũng đề cập đến các cuộc đàm phán đang diễn ra về các hiệp định thương mại tự do (FTA) với Liên minh châu Âu, Hàn Quốc và hiệp định ASEAN-Canada, dự định sẽ hoàn tất các thỏa thuận này vào cuối năm. "Sau khi hoàn tất, các FTA này sẽ tăng cường kết nối thương mại của Thái Lan với hơn 50 quốc gia, tạo ra nhiều cơ hội hơn cho các nhà xuất khẩu và nhà đầu tư khám phá các thị trường mới", ông tuyên bố.

Bộ cũng đã nâng cấp nhãn hiệu chứng nhận Thai Select, đảm bảo hương vị đích thực của các sản phẩm thực phẩm và nhà hàng Thái Lan trong nước và quốc tế. Logo mới có hình ngôi sao danh dự hình hoa lan, và các nhà hàng hiện được phân loại thành bốn bậc: Thai Select 1 sao, 2 sao, 3 sao và Thai Select Casual. Phân loại này bao gồm nhiều cơ sở từ bình dân đến cao cấp.

Bộ trưởng Pichai lưu ý mục tiêu của Bộ là chứng nhận nhiều nhà hàng Thái Lan ở nước ngoài hơn với nhãn hiệu Thai Select và khuyến khích họ lấy nguồn nguyên liệu từ Thái Lan, qua đó thúc đẩy xuất khẩu nông sản. Nguồn: [Bangkok Post](#)

-Thủ phủ sầu riêng của Malaysia chuẩn bị cho mùa thu hoạch ngắn hơn và giá cao hơn



Thời tiết khó lường và lượng mưa lớn đã khiến số lượng sầu riêng trên cây giảm, khiến mùa sầu riêng thường bắt đầu vào cuối tháng 4 bị chậm lại.

Penang, một tiểu bang ở bờ biển phía tây bắc của Bán đảo Malaysia, đang phải đối mặt với mùa sầu riêng ngắn hơn trong năm nay, với giá có khả năng tăng do sản lượng trái cây thấp hơn. Thời tiết khó lường và lượng mưa lớn đã khiến ít sầu riêng trên cây hơn, làm chậm thời điểm bắt đầu mùa, thường bắt đầu vào cuối tháng 4. Vụ thu hoạch năm nay ước tính sẽ ít hơn 30% so với năm ngoái.

Theo phương tiện truyền thông địa phương, mặc dù giá có thể tăng, nhưng dự kiến sẽ không tăng đột biến. Giá sầu riêng hiện tại dao động từ 15 đến 150 RM/kg (khoảng 3,47 đến 34,72 USD), tùy thuộc vào giống. Sầu riêng Kampung vẫn là loại có giá cả phải chăng nhất, với giá từ 8 đến 15 RM/kg (khoảng 1,85 đến 3,47 USD).

Trong số các giống đắt nhất là Tupai King, có giá RM150 một kg, được biết đến với vị đắng, hơi có cùi. Giống này vẫn còn hiếm, với số lượng cây trưởng thành hạn chế và nhu cầu cao khiến

giá trị của nó tăng cao. Một giống lai mới khác, Cenderawasih, có phần thịt màu hồng nhưng hương vị vẫn chưa ổn định và chưa được quảng bá để bán rộng rãi.

Mùa sầu riêng năm nay ở Penang dự kiến sẽ kéo dài từ giữa tháng 5 đến cuối tháng 7 hoặc đầu tháng 8. Nguồn: malaymail.com

-Nhập khẩu sầu riêng Malaysia của Trung Quốc sẽ tăng 15–20% vào năm 2025

Theo báo cáo của Phòng Thương mại và Công nghiệp Malaysia tại Trung Quốc (MayCham), lượng sầu riêng Malaysia nhập khẩu vào Trung Quốc dự kiến sẽ tăng từ 15 đến 20 phần trăm vào năm 2025, do nhu cầu liên tục của người tiêu dùng đối với các loại sầu riêng cao cấp.

Chủ tịch Loh Wee Keng cho biết mặc dù Malaysia đang trải qua lượng mưa lớn khiến một số loại trái cây rụng sớm, tổng khối lượng xuất khẩu vẫn được dự đoán sẽ vượt qua con số của năm ngoái. "Mặc dù mưa lớn ở Malaysia khiến một số loại trái cây rụng sớm, tôi dự đoán tổng khối lượng xuất khẩu năm nay sẽ cao hơn 15 đến 20 phần trăm so với năm ngoái", ông nói với Bernama, đồng thời nhấn mạnh nhu cầu liên tục đối với sầu riêng Malaysia trên thị trường Trung Quốc.

Loh chỉ ra rằng sầu riêng Musang King của Malaysia đặc biệt được người tiêu dùng Trung Quốc ưa chuộng vì họ thích trái cây cao cấp. "Hiện tại, không thể có được sầu riêng Musang King hạng A với giá dưới 6,30 đô la một kg theo giá nông trại. Vào thời điểm trái vụ, như tháng 5, giá có thể lên tới 16,80 đô la một kg. Đối với D24, giá thấp nhất là khoảng 3,15 đô la một kg", ông nói.



Theo số liệu từ Bộ Nông nghiệp Trung Quốc, nước này đã nhập khẩu 19,25 triệu kg sầu riêng Malaysia vào năm 2024, trị giá 212,05 triệu đô la trong khoảng thời gian từ tháng 1 đến tháng 12. Malaysia bắt đầu xuất khẩu sầu riêng sang Trung Quốc vào năm 2010, sau khi được Bắc Kinh chính thức chấp thuận vào năm 2011.

Loh nhấn mạnh rằng sầu riêng Malaysia không cạnh tranh trực tiếp với sầu riêng Thái Lan do sự khác biệt về giá cả và chất lượng. Thay vào đó, họ cạnh tranh với các loại trái cây cao cấp khác như kiwi và anh đào từ Nhật Bản. Ông cũng nhấn mạnh tầm quan trọng của việc duy trì tính toàn vẹn của thương hiệu, cảnh báo không nên dán nhãn sai sầu riêng cấp thấp hơn là Musang King để kiếm lời.

Thảo luận về những nỗ lực cạnh tác ở Trung Quốc, Loh nhận xét rằng sầu riêng Musang King được trồng trên đảo Hải Nam không sánh được với chất lượng của sầu riêng được sản xuất tại Malaysia. "Hương vị khác nhau do đất đai và khí hậu. Bọn tôi cũng đã thử trồng ở đây nhưng không thành công. Hainan Musang King không thể thay thế được sầu riêng Malaysia", ông lưu ý. Nguồn: [The Vibes](http://TheVibes)

-Rau tươi Trung Quốc có mặt trên kệ hàng tại UAE trong vòng 48 giờ



Rau tươi từ Trung Quốc đang có mặt trên các kệ siêu thị ở Dubai, Các Tiểu vương quốc Ả Rập Thống nhất, trong vòng 48 giờ sau khi thu hoạch, phù hợp với nhu cầu địa phương tại khu vực phụ thuộc vào nhập khẩu rau này. Khí hậu sa mạc của UAE, với nhiệt độ và độ ẩm cao, hạn chế sản xuất rau xanh lá quy mô lớn. Do đó, nhập khẩu rau từ Trung Quốc đã trở thành nguồn cung cấp bổ sung cần thiết cho nguồn cung địa phương.

Tại một siêu thị ở Dubai, các kệ hàng được chất đầy nông sản tươi của Trung Quốc, cho thấy lượng nhập khẩu rau quả mùa lạnh từ Trung Quốc tăng lên. Một người quản lý tại siêu thị đã trình bày chi tiết về hậu cần chuỗi lạnh, giải thích rằng quy trình từ thu hoạch ở Trung Quốc đến trưng bày ở Dubai được hoàn thành trong vòng 48 giờ, giúp bảo quản độ tươi của nông sản.

Zhou Qiang, giám đốc thu mua trái cây và rau quả tại Wenchao Group, cho biết, "Bộ phận thủ tục hải quan của chúng tôi sẽ thu gom hàng hóa từ sân bay và giao đến kho của chúng tôi trong vòng bốn giờ. Trong vòng hai giờ nữa, chúng tôi sẽ phân phối rau đến tất cả các cửa hàng của mình trên khắp UAE. Trong suốt cả năm, rau Trung Quốc chiếm khoảng 60 phần trăm tổng doanh số bán rau của chúng tôi tại đây."

Các loại rau mùa mát của Trung Quốc cũng làm phong phú thêm nền ẩm thực của UAE. Hadi, một chủ nhà hàng ở Dubai, đã lấy cảm hứng từ hương vị độc đáo của các loại rau Trung Quốc trong thời gian ở Tây An, Trung Quốc. Sau khi trở về, anh đã mở một nhà hàng chuyên về ẩm thực Trung Quốc, nơi cải thìa xào Thượng Hải nhanh chóng trở thành món ăn được yêu thích.

Hadi chia sẻ, "Trước đây chúng tôi không biết đến loại rau này, nhưng giờ đây, nhờ Trung Quốc, chúng tôi biết đến cải thìa. Nhiều người đang sử dụng nó và chúng tôi nhận được rất nhiều lời khen ngợi, không chỉ từ khách hàng Trung Quốc mà còn từ người nước ngoài. Họ thực sự, thực sự thích cải thìa." Nguồn: [Bastille Post](#)

-Trung Quốc thể hiện sự quan tâm đến việc nhập khẩu nhiều nông sản hơn từ Nam Phi



Đại sứ Trung Quốc Wu Peng đã nhấn mạnh nhu cầu tăng cường hợp tác kinh tế và thương mại song phương giữa Trung Quốc và Nam Phi. Trong một bài đăng trên X, ông bày tỏ sự cởi mở của chính phủ Trung Quốc đối với nhiều sản phẩm nông nghiệp và công nghiệp của Nam Phi hơn nữa thâm nhập vào thị trường Trung Quốc.

Đại sứ Wu Peng lưu ý, "Tôi đã có cuộc gặp tốt đẹp với Tiến sĩ Ntshabele, Tổng giám đốc điều hành Hiệp hội trồng cam Nam Phi và bà Ratshitanga, Tổng giám đốc điều hành Fruit SA. Cuộc thảo luận rất hiệu quả." Ông cũng nhấn mạnh thêm tầm quan trọng của việc tăng cường thương

mại song phương trong bối cảnh chủ nghĩa bảo hộ thương mại toàn cầu, tuyên bố, "Chính phủ Trung Quốc hoan nghênh nhiều sản phẩm nông nghiệp và công nghiệp của Nam Phi hơn nữa thâm nhập vào thị trường khổng lồ của Trung Quốc."

Nhà kinh tế nông nghiệp Wandile Sihlobo đã nhận xét về tầm quan trọng của những tuyên bố như vậy từ các quan chức Trung Quốc, nhấn mạnh vai trò của Trung Quốc trong nền nông nghiệp toàn cầu. Năm 2023, Trung Quốc là nước nhập khẩu hàng đầu, chiếm 11% lượng nhập khẩu nông sản toàn cầu, trị giá 218 tỷ đô la. Các nhà cung cấp chính cho Trung Quốc bao gồm Brazil, Hoa Kỳ, Thái Lan và các nước khác. Tuy nhiên, Trung Quốc đang đa dạng hóa xuất khẩu nông sản của mình ngoài các nhà cung cấp truyền thống này, một quá trình được thúc đẩy bởi thuế quan của Hoa Kỳ vào năm 2018 và tiếp tục đến năm 2025.

Các nước Nam và Mỹ Latinh, cùng với Úc, đã được hưởng lợi từ chiến lược đa dạng hóa của Trung Quốc. Sihlobo gợi ý rằng Nam Phi nên tham gia vào cuộc đối thoại này, lưu ý rằng, "Và những gì Đại sứ Wu Peng nêu ra — mối quan tâm của Trung Quốc đối với các sản phẩm nông nghiệp của Nam Phi — là điểm khởi đầu cho một cuộc đối thoại thương mại sâu sắc hơn." Ông khuyến khích các nhà chức trách Nam Phi nên chủ động trình bày một loạt các sản phẩm có thể xuất khẩu sang Trung Quốc.

Hiện tại, Nam Phi giữ vị trí nhỏ trong thị trường nông sản Trung Quốc, chỉ đóng góp 0,4% (979 triệu đô la) trong tổng số 218 tỷ đô la nhập khẩu nông sản của Trung Quốc vào năm 2023.

Những mặt hàng xuất khẩu này bao gồm trái cây và các loại hạt. Sihlobo chỉ ra tiềm năng mở rộng các mặt hàng xuất khẩu này, tuyên bố rằng "Vẫn còn chỗ cho những nỗ lực xuất khẩu nông sản đầy tham vọng hơn".

Ngành nông nghiệp Nam Phi nhấn mạnh sự cần thiết phải giảm thuế nhập khẩu của Trung Quốc và xóa bỏ rào cản kiểm dịch thực vật đối với nhiều sản phẩm khác nhau. Sihlobo kết luận, "Hiện nay đã có một con đường để có một cuộc thảo luận hiệu quả về vấn đề này và hành động nhanh chóng."

Nguồn: [Freight News](#)

-Thuế quan của Hoa Kỳ có thể buộc Hede Shipping phải rời đi



Sea-Intelligence đã đánh giá những tác động của đề xuất của Đại diện Thương mại Hoa Kỳ về việc áp dụng hình phạt đối với các hãng tàu Trung Quốc và không phải Trung Quốc đang vận hành các tàu liên kết với Trung Quốc. Phân tích tập trung vào các hãng vận tải độc lập nhỏ trên tuyến xuyên Thái Bình Dương. Các hãng vận tải toàn cầu này, với đội tàu đa dạng, có thể linh hoạt hơn trong việc điều chỉnh hoạt động của mình tránh xa các tàu do Trung Quốc chế tạo. Vào đầu năm 2025, năm hãng vận tải chuyên biệt trên tuyến xuyên Thái Bình Dương đã sử dụng 49 tàu, trong đó chỉ có 14 tàu được đóng tại Trung Quốc. Các tàu dưới 4.000 TEU được miễn phí, chỉ còn lại hai tàu do Trung Quốc đóng trên 4.000 TEU phải chịu các loại phí này.

Báo cáo chỉ ra rằng đề xuất của USTR sẽ ảnh hưởng đến một tàu container của Matson và SM Line, chiếm 10% và 9% số tàu triển khai xuyên Thái Bình Dương tương ứng của họ trong quý

đầu tiên của năm 2025. Con số này chỉ chiếm 4% tổng số tàu được các hãng vận tải chuyên biệt sử dụng trong giai đoạn này. Các hãng vận tải này có thể thay thế các tàu do Trung Quốc đóng hoặc phân phối phí USTR trên toàn bộ đội tàu của họ.

Ngược lại, Hede Shipping, một hãng vận tải Trung Quốc, phải chịu một khoản phụ phí riêng do quyền sở hữu của mình, không có miễn trừ nào đối với các tàu dưới 4.000 TEU. Nếu được thực hiện, đề xuất này sẽ khiến Hede Shipping phải chịu mức phí trung bình là 667.000 đô la Mỹ cho mỗi chuyến đi đến Hoa Kỳ bắt đầu từ tháng 10 năm 2025, có khả năng tăng lên khoảng 1,9 triệu đô la Mỹ cho mỗi chuyến đi vào tháng 4 năm 2028. Alan Murphy, Tổng giám đốc điều hành của Sea-Intelligence, lưu ý rằng "Trên thực tế, điều này có khả năng khiến Hede Shipping phải ngừng hoạt động trên tuyến xuyên Thái Bình Dương vào Hoa Kỳ". Nguồn: [Container News](#)

-Xuất khẩu của New Zealand sang EU tăng 28% trong năm đầu tiên của thỏa thuận thương mại



Việc Hiệp định Thương mại Tự do (FTA) giữa New Zealand và Liên minh Châu Âu có hiệu lực sớm đã mang lại những kết quả khả quan khi kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của New Zealand sang EU tăng vọt 28% trong năm đầu tiên.

Bộ trưởng Thương mại và Đầu tư Todd McClay cho biết: "Trong 12 tháng qua, kim ngạch xuất khẩu hàng hóa của chúng tôi sang EU đã tăng từ 3,8 tỷ đô la lên hơn 4,8 tỷ đô la".

"Đây là tin tốt lành cho tất cả người dân New Zealand, đặc biệt là những người trồng kiwi. Xuất khẩu kiwi tăng 69%, đóng góp thêm 316 triệu đô la.

McClay nhấn mạnh tầm quan trọng của quan hệ đối tác quốc tế trong việc thúc đẩy nền kinh tế quốc gia: "Việc tăng cường quan hệ với các đối tác thương mại là rất quan trọng để phát triển nền kinh tế New Zealand và tăng thu nhập cho người dân Kiwi. Tiếp cận thị trường tốt hơn, chi phí thấp hơn và ít rào cản thương mại hơn với EU là chìa khóa để thực hiện mục tiêu đầy tham vọng của Chính phủ là tăng gấp đôi giá trị xuất khẩu của New Zealand trong 10 năm."

FTA NZ-EU đã xóa bỏ 91% thuế đối với hàng xuất khẩu của New Zealand ngay sau khi có hiệu lực, với con số đó sẽ tăng lên 97% sau bảy năm. "Mạng lưới các hiệp định thương mại ngày càng mở rộng của chúng tôi có nghĩa là các nhà xuất khẩu hiện có nhiều lựa chọn hơn về nơi bán các sản phẩm đẳng cấp thế giới của họ", McClay nói thêm.

Để biết thêm thông tin:

Hon Todd McClay

Chính phủ New Zealand

Email: T.McClay@ministers.govt.nz

www.beehive.govt.nz

-Cao Hùng mở rộng xuất khẩu trái cây sang Canada

Cục Nông nghiệp Cao Hùng, Đài Loan, đang mở rộng hoạt động xuất khẩu trái cây sang Canada, đạt giá trị xuất khẩu hơn 10 triệu Đài tệ (324.000 đô la Mỹ) thông qua các sáng kiến như ném thử tại siêu thị và các sự kiện giáo dục.

Theo CNA, cơ quan này tiết lộ rằng nhóm bán hàng của họ đã làm việc với các chuỗi siêu thị lớn của Canada để thảo luận về các chiến lược mua sắm và khuyến mại. Các quan chức nhấn mạnh rằng Cao Hùng luôn nhắm mục tiêu vào thị trường Canada bằng các chương trình khuyến khích, khẳng định mình là nhà xuất khẩu chính ổi, táo tàu và thanh long sang Canada.

Nhóm xúc tiến cũng giới thiệu khoai môn đóng hộp của Hiệp hội Nông dân Gia Hưng và mứt hữu cơ của Chen Jiah Juang tại siêu thị Kuohua, một nhà bán lẻ thực phẩm Đài Loan nổi tiếng tại Canada, theo như Yam News đưa tin. Những màn trình diễn sản phẩm này đã làm tăng sự hiện diện của các sản phẩm nông nghiệp của Cao Hùng.

Để người tiêu dùng Canada làm quen với chất lượng trái cây của Cao Hùng, cục đã tổ chức ba ngày nếm thử ổi đỏ và ổi ngọc trai tại nhiều chuỗi siêu thị lớn của Canada trong tuần này. Các thương nhân nhận thấy rằng các sự kiện nếm thử như vậy có tác động tích cực đến quyết định mua hàng. Cục đang cân nhắc các chiến dịch khuyến mại hàng năm để tăng thị phần và đảm bảo tăng trưởng bền vững.

Trước tình hình thuế quan gần đây của Hoa Kỳ ảnh hưởng đến xuất khẩu đậu nành Nhật Bản của Cao Hùng, cơ quan này cũng đang quảng bá đậu nành Nhật Bản từ Nông trại Bai Hsien của Cao Hùng để hỗ trợ các nhà sản xuất địa phương mở rộng sự hiện diện trên thị trường và giảm thiểu những thách thức liên quan đến thuế quan. Nguồn: [Tin tức Đài Loan](#)

-Tây Ban Nha, điểm đến chính của thanh long Peru trong quý đầu tiên

Thanh long Peru đã có khởi đầu xuất sắc trong năm nay, với lượng xuất khẩu trong quý đầu tiên vượt qua tất cả các lô hàng trong năm 2024. Tổng lượng xuất khẩu là 626 tấn, trị giá 1,54 triệu đô la, tăng gấp năm lần về khối lượng và tăng gấp bốn lần về giá trị so với cùng kỳ năm ngoái. Tuy nhiên, giá trung bình mỗi kg giảm 16%, từ 2,92 đô la vào năm 2024 xuống còn 2,45 đô la vào năm 2025.

Tây Ban Nha là điểm đến chính của pitahaya Peru với 56% thị phần, 352 tấn trị giá 857.798 đô la và giá trung bình 2,44 đô la một kg. Vương quốc Anh đứng thứ hai với 18% thị phần, 88 tấn trị giá 283.045 đô la và giá trung bình 3,23 đô la một kg.

Hà Lan đứng thứ ba với 18% thị phần, 153 tấn trị giá 272.311 đô la và giá trung bình là 1,78 đô la một kg. Xuất khẩu thanh long tươi chiếm 99% tổng lượng xuất khẩu, tương đương 625 tấn với giá 2,45 đô la một kg. Các nhà nhập khẩu vẫn tiếp tục ưa chuộng thanh long tươi, giống như năm 2024. Chỉ có 0,1% tổng số được xuất khẩu dưới dạng đông lạnh. Nguồn: [freshfruit.pe](#)

-Mùa sản xuất làm gián đoạn thị trường vận tải hàng hóa của Hoa Kỳ như thế nào

Mùa sản xuất là giai đoạn quan trọng đối với thị trường vận tải hàng hóa bằng xe tải của Hoa Kỳ, được đánh dấu bằng sự gia tăng mạnh về khối lượng hàng hóa liên quan đến thu hoạch nông nghiệp. Bắt đầu từ cuối tháng 3 và tiếp tục trong suốt mùa hè, đợt tăng đột biến này bắt đầu ở các vùng ấm hơn như Mexico, Florida, Texas và Nam California, trước khi dần dần di chuyển về phía bắc đến các tiểu bang như Georgia, Carolinas, Trung Tây và Tây Bắc Thái Bình Dương. Kết quả là nhu cầu vận chuyển hàng hóa tăng đáng kể, đạt đỉnh vào mùa hè và giảm dần vào mùa thu.



Sự gia tăng đột biến theo mùa này không chỉ ảnh hưởng đến việc vận chuyển nông sản tươi, đòi hỏi phải có xe kéo có kiểm soát nhiệt độ, mà còn ảnh hưởng đến thị trường xe tải rộng lớn hơn. Ngay cả những người vận chuyển không vận chuyển nông sản tươi cũng cảm thấy những tác động do sự kết hợp của sự mất cân bằng cung và cầu. Xe kéo có kiểm soát nhiệt độ, thường có thể vận chuyển hàng khô, được chuyển hướng để vận chuyển nông sản. Việc các hãng vận tải di chuyển vào các vùng sản xuất có nhu cầu cao làm giảm năng lực ở các khu vực khác, đẩy giá cước lên cao. Tính cấp thiết của việc vận chuyển hàng hóa dễ hỏng càng khuếch đại những tác động này, cũng như sự sẵn sàng của các hãng vận tải chấp nhận mức giá thấp hơn để bố trí thiết bị cho các lô hàng nông sản xuất khẩu có mức lương cao hơn.

Ngoài mùa sản xuất, một số sự kiện theo mùa chòng chẹo có thể làm tăng thêm sự gián đoạn. Bao gồm đợt hoa Ngày của Mẹ vào tháng 5, làm tăng đáng kể nhu cầu về xe kéo đông lạnh và Tuần kiểm tra đường bộ quốc tế, nơi hàng chục nghìn xe tải phải trải qua các cuộc kiểm tra tuân thủ, tạm thời làm giảm năng lực khả dụng. Các ngày lễ lớn như Ngày tưởng niệm, Ngày độc lập và Ngày lao động cũng góp phần vào sự biến động của vận tải hàng hóa khi khả năng cung cấp của hãng vận tải giảm và khối lượng vận chuyển tăng đột biến.



Việc điều hướng mùa sản xuất đòi hỏi phải có kế hoạch và giao tiếp chủ động. Người giao hàng được hưởng lợi từ việc dự báo nhu cầu sớm, cung cấp các khung thời gian nhận hàng linh hoạt và duy trì giao tiếp rõ ràng với các đối tác hậu cần. Xem xét các chiến lược định tuyến và quản lý các tuyến đường kém hiệu quả có thể giúp duy trì mức độ dịch vụ. Việc thiết lập mối quan hệ chặt chẽ với các hãng vận tải và nhà môi giới sẽ tăng cường khả năng phục hồi, đảm bảo năng lực có sẵn ngay cả khi nhu cầu tăng đột biến.

Hiểu được thời điểm và tác động của mùa sản xuất là điều cần thiết đối với những người vận chuyển muốn duy trì hoạt động trơn tru và kiểm soát chi phí. Mặc dù sự gián đoạn có thể dự đoán được, nhưng việc chuẩn bị hiệu quả có thể giảm thiểu đáng kể tác động của chúng.

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

Để biết thêm thông tin:

CH Robinson

Điện thoại: +1 952 683 2800

Email: CHRobinson@padillaco.com

www.chrobinson.com

-Hoa Kỳ sẽ áp thuế 17% đối với cà chua Mexico



Bắt đầu từ giữa tháng 7, cà chua nhập khẩu từ Mexico sẽ phải chịu mức thuế 17,09% khi chính quyền Hoa Kỳ rút khỏi một thỏa thuận thương mại lâu đời. Động thái này nhằm bảo vệ những người trồng cà chua trong nước, đặc biệt là ở Florida, một tiểu bang sản xuất cà chua chính. Tuy nhiên, các bên liên quan trong ngành bày tỏ lo ngại về những hậu quả tiềm ẩn, vì khoảng 65% lượng cà chua tiêu thụ tại Hoa Kỳ được nhập khẩu từ Mexico, bao gồm các giống phổ biến như cà chua chín cherry và chín nhỏ.

Những người trồng trọt ở Florida cho rằng các khoản thuế sẽ cân bằng sân chơi cạnh tranh, khẳng định rằng các loại cây trồng của Hoa Kỳ ngang bằng với cà chua Mexico về chủng loại và hương vị. Tony DiMare của DiMare Inc. bình luận, "Cạnh tranh là tốt miễn là công bằng".

Mexico vẫn là nhà cung cấp cà chua lớn nhất cho Hoa Kỳ, với lượng nhập khẩu tăng 176% từ năm 2000 đến năm 2023, hiện chiếm hơn 3 tỷ đô la thị trường. Ngành công nghiệp cà chua của Florida đã chứng kiến sự suy giảm, với diện tích giảm từ 25.004,5 ha (61.800 mẫu Anh) vào năm 1990 xuống còn 9.307,8 ha (23.000 mẫu Anh) ngày nay. Hiệp định Thương mại Tự do Bắc Mỹ đã tạo điều kiện cho sự thay đổi thị trường này, với các nhà sản xuất Mexico đầu tư mạnh vào công nghệ nhà kính, ưu tiên cà chua đặc sản.

Các nhà nhập khẩu và nhà trồng trọt đa quốc gia nhấn mạnh sở thích của người tiêu dùng đối với các giống nhỏ và ngọt được trồng trong nhà kính hơn là các giống cà chua tròn được trồng ngoài trời theo truyền thống của Florida. Lance Jungmeyer của Hiệp hội sản phẩm tươi sống của Châu Mỹ tuyên bố, "Thị trường đã nói rằng, họ không thực sự muốn loại cà chua đó."

Bộ Thương mại Hoa Kỳ biện minh cho việc áp dụng thuế mới là cần thiết để chống lại các hoạt động định giá không công bằng của Mexico. Trong khi đó, chính phủ Mexico tìm cách đàm phán lại thỏa thuận và đã đề xuất các biện pháp trả đũa, chẳng hạn như đánh thuế xuất khẩu thịt của Hoa Kỳ.

Các nhà xuất khẩu và công ty Mexico như NatureSweet dự đoán tác động tài chính đáng kể từ thuế quan, có khả năng dẫn đến giá tiêu dùng cao hơn. Giá bán lẻ trung bình của cà chua vào năm 2023 là 4,23 đô la một kg, trong khi người trồng trọt Mexico nhận được ít hơn một phần ba số tiền này. Nguồn: [The Spokesman-Review](https://www.thespokesman.com)

Manuel Laborde, Đại học Uniban:

- "Sự khác biệt của chuối trên thị trường quốc tế đang được công nhận về hương vị, kết cấu và điều kiện trồng trọt"

Người tiêu dùng, đặc biệt là ở châu Âu, ưu tiên các loại trái cây đáp ứng các tiêu chuẩn về môi trường và xã hội hơn là giá cả. Sự phát triển này đặt ra những thách thức mới cho các nhà xuất khẩu Mỹ Latinh, những người phải phản ứng bằng các mô hình sản xuất có trách nhiệm và tích hợp hơn.

Trong bối cảnh này, Uniban, với gần 60 năm kinh nghiệm, đã phát triển một mô hình nông nghiệp công nghiệp kết hợp các khu vực sản xuất lớn với công việc của hơn 2.400 nông dân nhỏ. Danh mục đầu tư của công ty bao gồm chuối Cavendish thông thường và hữu cơ, cũng như chuối Hartón và Popocho, được sản xuất quanh năm tại Urabá, Santa Marta và Chocó.



Theo Manuel Laborde, chủ tịch Uniban, sở thích của người tiêu dùng không chỉ giới hạn ở phân khúc hữu cơ. "Điều tạo nên sự khác biệt cho chuối trên thị trường quốc tế hiện nay là được công nhận về hương vị, kết cấu và điều kiện trồng trọt. Đó là những gì người tiêu dùng khó tính coi trọng."

Châu Âu là điểm đến chính của Uniban, với 38% thị phần xuất khẩu vào năm 2024 thông qua công ty con Tropical Marketing Associated (TMA). Đức, Vương quốc Anh, Pháp và Hà Lan dẫn đầu nhu cầu về trái cây được chứng nhận. Đồng thời, công ty đang tìm kiếm các cơ hội ở Châu Á và Trung Đông để đa dạng hóa sự hiện diện toàn cầu của mình.

Logistics gặp nhiều thách thức vào năm 2024 do tình trạng thiếu container, chi phí vận chuyển và hạn chế tuyến đường vận chuyển. Mặc dù vậy, Uniban đã huy động được hơn 25.000 container hàng hóa của riêng mình và đạt mức tăng trưởng 19% so với năm 2023. Laborde cũng nhấn mạnh đến sự phát triển của Puerto Antioquia, với mức tăng trưởng 80%, như một giải pháp chiến lược: "Giải pháp này sẽ tối ưu hóa thời gian vận chuyển, giảm lượng khí thải carbon và mở rộng năng lực hoạt động tại Urabá."



Công ty đã giảm được 8,7% lượng nước ngọt sử dụng và đã tái tạo hơn 117 ha rừng. Ngoài ra, công ty còn thúc đẩy việc bảo tồn môi trường sống của loài khi đầu chó, một loài đặc hữu của đất nước. "Mỗi hộp trái cây xuất khẩu đều có tác động tích cực đến các vùng lãnh thổ", ông cho biết.

Chiến lược tăng trưởng của Uniban bao gồm việc tăng cường danh mục sản phẩm cao cấp, mở rộng sản phẩm đồ ăn nhẹ có giá trị gia tăng và củng cố liên minh với các nhà sản xuất nhỏ. "Chúng tôi đã giúp Colombia tiến triển thông qua một chuỗi đạo đức, hiệu quả và bền vững", Laborde tuyên bố.



Để biết thêm thông tin:

Manuel Laborde

Uniban

Tel.: +57 301 518 5355

Email: comunicacionescorporativas@uniban.com.co

www.uniban.com

-Hoa Kỳ có thể phải đối mặt với tình trạng khan hiếm chanh nhập khẩu

Trong khi nguồn cung chanh của Hoa Kỳ hiện đang dồi dào, vẫn chưa rõ tỷ lệ phần trăm của vụ chanh sẽ được đưa vào kho. Điều này sẽ phụ thuộc vào chất lượng tốt như thế nào từ các quận khác nhau và thời gian chúng có thể nằm im cho đến khi có thể bán được. Nhìn chung, nguồn cung trong nước sẽ không đủ để đáp ứng hoàn toàn nhu cầu trong suốt mùa hè và do đó, Hoa Kỳ sẽ cần bổ sung sản xuất trong nước bằng nhập khẩu. Tuy nhiên, việc nhập khẩu có thể phức tạp hơn một chút trong mùa này vì ở nhiều nơi trên thế giới, khối lượng sản xuất đã bị ảnh hưởng bởi thời tiết.

Argentina vào mùa

"Đối với chúng tôi, hoạt động nhập khẩu từ Argentina đã bắt đầu và những quả chanh đầu tiên dự kiến sẽ đến vào cuối tháng 5 hoặc đầu tháng 6", Ronnie Cohen của Vision Global Group cho biết. "Sản lượng của Argentina ước tính giảm 10 - 15 phần trăm so với mùa trước", ông nói thêm. Với vụ mùa bội thu của California, nhiều nhà bán lẻ Hoa Kỳ tin rằng có đủ nguồn cung trong nước và họ chỉ quan tâm đến việc mua chanh với mức giá thấp, điều này không có ý nghĩa đối với Argentina. "Những người trồng trọt và đóng gói từ Argentina rất hiểu rõ về tình trạng thiếu hụt ở nhiều nơi trên thế giới và có nhiều lựa chọn để xuất khẩu. Do đó, họ đang tham gia vào thị trường giao ngay thay vì đưa ra các cam kết với mức giá không hấp dẫn", Cohen chia sẻ. Điều này có thể sẽ làm giảm khối lượng chanh đến Hoa Kỳ. Ngoài ra, hàng nhập khẩu từ Argentina phải chịu mức thuế 10 phần trăm, điều này có thể khiến Hoa Kỳ trở thành điểm đến ít được ưa chuộng hơn.



Thiếu hụt khối lượng

Điều đó có thể có ý nghĩa gì đối với tình trạng sẵn có chanh trong nước trong những tháng tới? "Tôi trực giác mách bảo rằng những người trồng và đóng gói ở Hoa Kỳ có thể cam kết với các nhà bán lẻ ở mức giá cạnh tranh hơn, dẫn đến tình trạng thiếu hụt khối lượng trước khi mùa mới bắt đầu vào mùa thu. Tôi có thể sai, nhưng tôi nghĩ khối lượng trong nước có thể cạn kiệt vào cuối tháng 6 và kéo dài đến tháng 7 và tháng 8", Cohen cho biết.

Argentina, nước trồng chanh lớn nhất thế giới, có thời gian cung ứng thuận lợi. Với sản lượng giảm trên toàn thế giới, không có quốc gia cung ứng nào khác có thể đáp ứng nhu cầu. "Thời gian của Thổ Nhĩ Kỳ đã qua, nhưng mức sản xuất đang giảm do thời tiết. Chúng tôi đã không nhập khẩu từ Tây Ban Nha trong năm nay và chanh từ Nam Phi không thể đến Hoa Kỳ, chỉ có thể đến Canada." Mexico sẽ không bắt đầu cho đến tháng 8, vì vậy trong vài tháng tới, Hoa Kỳ phụ thuộc vào sản xuất trong nước kết hợp với nhập khẩu từ Argentina. "Nhìn chung, chúng ta có thể thấy tình trạng khan hiếm chanh nhập khẩu vào thị trường Hoa Kỳ."



Để biết thêm thông tin:

Ronnie Cohen

Vision Global Group, LLC

Điện thoại: (+1) 917-930-7178

ronnie@visionglobalgroup.com

www.visionglobalgroup.com



CÔNG TY CỔ PHẦN GIAO NHẬN TIẾP VẬN QUỐC TẾ

VĂN PHÒNG

Trụ sở chính

Tầng 5, tòa nhà Cảng Sài Gòn, số 3 Nguyễn Tất Thành, phường 13, quận 4, TP Hồ Chí Minh

Chi nhánh Hà Nội

N01-T02 Ngoại Giao Đoàn, phường Xuân Tảo, quận Bắc Từ Liêm, Hà Nội

Chi nhánh Hải Phòng

03 Lê Thánh Tông, Máy Tơ, Ngô Quyền, Hải Phòng

Văn phòng Đà Nẵng

72 Nại Nam, Phường Hoà Cường Bắc, Quận Hải Châu, Thành phố Đà Nẵng



DỊCH VỤ & GIẢI PHÁP

Dịch Vụ Logistics

Vận Tải Quốc Tế
Vận Tải Nội Địa
Đại Lý Hải Quan
Kho Vận & Fulfillment
Dịch Vụ Khác

Giải pháp

Tư vấn quản lý rủi ro
Tư vấn quản lý tối ưu chuỗi cung ứng
Tư vấn giải pháp chuyển đổi xanh

Nhật Bản
Hàn Quốc
Thái Lan
Cộng hòa Singapore
Việt Nam

LIÊN HỆ



Số điện thoại
(028) 39435899



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

CT01 3km
 QL1A 6km

Tra Noc IP, Can Tho 26km
 Sadeq 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



Nhà cung cấp thiết bị lạnh công nghiệp chuyên nghiệp

Công ty TNHH Yantai Moon (Việt Nam) là một doanh nghiệp với 100% vốn đầu tư nước ngoài với chủ sở hữu là Moon-Tech, tổng vốn đầu tư ban đầu là 6 triệu đôla Mỹ. Công ty TNHH Yantai Moon (Việt Nam) được thành lập vào ngày 01-06-2006 và chính thức đi vào hoạt động trong tháng 7 năm 2007. Trụ sở chính của công ty đặt tại: Lô 55, Khu CX-CN Linh Trung III, P. An Tịnh, TX Trảng Bàng, Tỉnh Tây Ninh. Diện tích công ty khoảng 1.3 ha trong đó có khoảng 7,500 m2 nhà xưởng...



烟台冰轮（越南）有限公司
YANTAI MOON (VIETNAM) CO., LTD.

Công ty con của MOON-TECH,
 Since 1956



SGS Vietnam Ltd. Head Office

198 Nguyen Thi Minh Khai Street
 Vo Thi Sau Ward, District 3

+84 28 3935 1920

Ho Chi Minh City, Vietnam

Local Head Office

+84 28 3935 1921



ADDICON LOGISTICS MANAGEMENT (VN) CO., LTD.

✉ info@addicon.com.vn

🌐 www.addicongroup.com

HO CHI MINH HEAD OFFICE

A 2nd Floor, TTC Building
 253 Hoang Van Thu Street, Ward 2,
 Tan Binh District, Ho Chi Minh City.
 ☎ (+84) 28 2253 9666

HA NOI BRANCH

A 4th Floor, King Building, No. 7
 Chua Bac Street, Quang Trung Ward,
 Dong Da District, Ha Noi City.
 ☎ (+84) 24 6292 6166

HAI PHONG BRANCH

A 5Ath Floor, Apolo Building AI-10,
 Plot 8A, Le Hong Phong Street,
 Ngo Quyen District, Hai Phong City.
 ☎ (+84) 22 5324 6601



HẸN GẶP TRONG BẢN TIN KỲ SAU !!!