

BỘ CÔNG THƯƠNG
TRUNG TÂM THÔNG TIN CÔNG NGHIỆP VÀ THƯƠNG MẠI

**BÀI: Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang thị trường CPTPP
trong 7 tháng đầu năm 2024**

THUỘC NHIỆM VỤ

**“Thu thập, tổng hợp, phân tích và cung cấp thông tin phục vụ triển khai
hiệp định CPTPP năm 2024”**

Hà Nội, 2024

Tình hình xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang khối thị trường CPTPP trong 7 tháng đầu năm 2024

Thống kê từ Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam trong tháng 7/2024 đạt 915,95 triệu USD, tăng 8,96% so với tháng 6/2024 và tăng 17,77% so với tháng 7/2023. Tính chung trong 7 tháng đầu năm 2024, kim ngạch xuất khẩu thủy sản đạt 5,33 tỷ USD, tăng 2,34% so với cùng kỳ năm ngoái.

Bảng 1: Tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên CPTPP tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2024

	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)
Tổng KNXK mặt hàng của VN	915,95	8,96	17,77	5.326,54	2,34
KNXK mặt hàng sang các thị trường CPTPP	228,87	11,68	15,17	1.373,25	3,92
Tỷ trọng (%)	24,99			25,78	

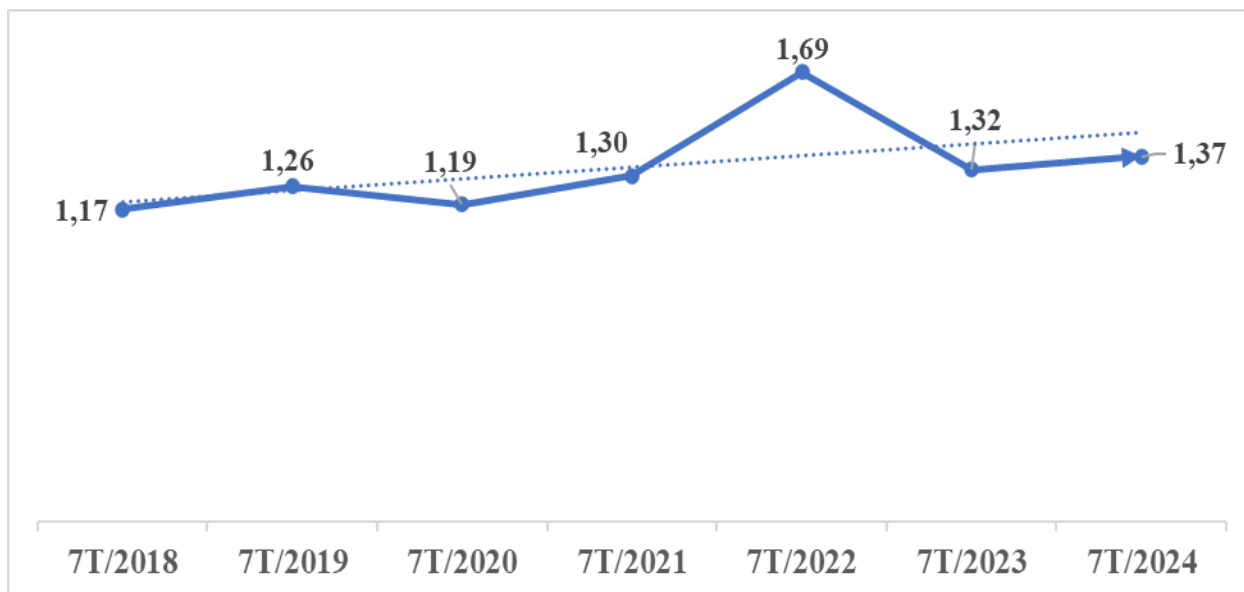
Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Tính riêng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường thành viên Hiệp định CPTPP trong tháng 7/2024 tăng 11,68% so với tháng 6/2024 và tăng 15,17% so với tháng 7/2023, đạt 228,87 triệu USD, nâng tổng kim ngạch xuất khẩu ngành hàng sang các thị trường này trong 7 tháng đầu năm 2024 lên 1,37 tỷ USD, tăng 3,92% so với cùng kỳ năm trước. Có thể thấy, xuất khẩu thủy sản sang các nước đối tác thành viên CPTPP đã tăng khá kể từ sau khi Hiệp định chính thức có hiệu lực. Theo số liệu của Tổng cục Hải quan, kim ngạch xuất khẩu sang khối

thị trường này 7 tháng đầu năm 2024 đã tăng 17,1% so với mức 1,17 tỷ USD của 7 tháng đầu năm 2018 (thời điểm trước khi Hiệp định có hiệu lực).

Biểu đồ 1: Xuất khẩu thủy sản sang các nước thành viên CPTPP trong 7 tháng đầu năm giai đoạn 2018 -2024

Đơn vị tính: tỷ USD



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Trong cơ cấu các thị trường xuất khẩu thủy sản thành viên hiệp định CPTPP của Việt Nam, Nhật Bản vẫn là thị trường lớn nhất, chiếm 61,16% tỷ trọng trong tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các quốc gia đối tác thành viên CPTPP 7 tháng đầu năm 2024. Tuy nhiên, trong xu hướng xuất khẩu ngành hàng sang hầu hết các thị trường đối tác thành viên CPTPP tăng khá thì xuất khẩu sang Nhật Bản chỉ tăng rất nhẹ. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Nhật Bản tháng 7/2024 tăng 8,59% so với tháng 7/2023 và 7 tháng năm nay chỉ tăng 0,13% so với 7 tháng năm trước. Nguyên nhân chính là do Trung Quốc vẫn tiếp tục áp đặt lệnh cấm đối với hải sản Nhật Bản kể từ ngày 24/8/2023 đến nay. Điều này dẫn đến kim ngạch xuất khẩu thủy hải sản của Nhật Bản sụt giảm mạnh bởi Trung Quốc cũng là một trong những thị trường tiêu thụ lớn của Nhật Bản, nên nhập khẩu thủy sản của Nhật Bản không tăng cao mặc dù đã bắt đầu bước sang mùa cao điểm.

**Bảng 2: Xuất khẩu hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên
CPTPP tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2024**

Thị trường	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)	Tỷ trọng trong 7T/2024 (%)
Australia	31,50	16	26,14	184,83	9,09	13,46
Brunây	0,23	41,16	72,45	1,10	4,87	0,08
Canada	25,78	21,27	23,68	143,35	34,65	10,44
Chile	1,97	16,75	54,76	13,19	0,08	0,96
Malaysia	11,73	32,2	32,5	62,99	-9,06	4,59
Mexico	11,89	9,18	59,23	61,13	15,5	4,45
New Zealand	1,67	-30,82	40,64	12,15	28,82	0,88
Nhật Bản	135,71	9,22	8,59	839,87	0,13	61,16
Pê Ru	0,87	14,3	-4,15	4,31	-34,21	0,31
Singapore	7,51	0,54	-7,34	50,33	-7,54	3,66
Tổng	228,87	11,68	15,17	1.373,25	3,92	100

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

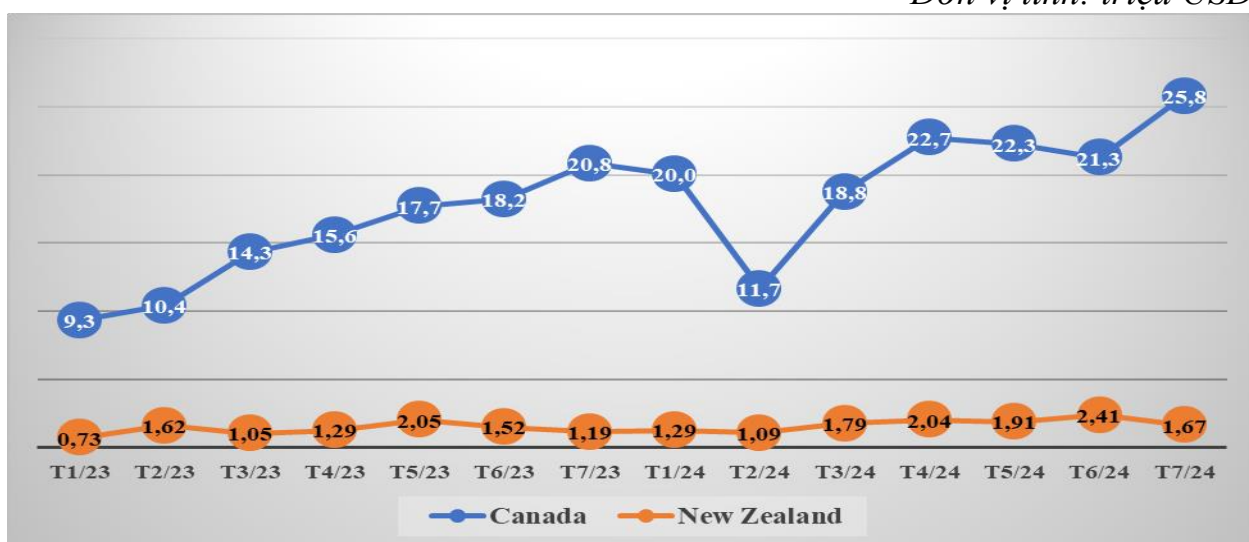
Hai thị trường có mức tăng trưởng cao nhất là Canada và New Zealand. Trong đó, kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Canada – thị trường lớn thứ ba của Việt Nam – trong tháng 7/2024 tăng 23,68% so với tháng 7/2023 và kim ngạch xuất khẩu 7 tháng năm 2024 tăng 34,65% so với cùng kỳ năm trước. Tương tự,

kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang New Zealand tháng 7/2024 tăng 40,64% so với tháng 7/2023 và 7 tháng năm nay tăng 28,82% so với cùng kỳ năm ngoái.

Nếu so sánh với thời điểm trước khi hiệp định CPTPP có hiệu lực thì thấy xuất khẩu thủy sản sang 2 thị trường trên tăng rõ rệt. Cụ thể, kim ngạch xuất khẩu mặt hàng sang Canada 7 tháng đầu năm 2024 tăng 22,99% so với 7 tháng đầu năm 2018 và xuất khẩu sang New Zealand tăng 11,07%.

Biểu đồ 2: Kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang Canada và New Zealand từ T1/2023 – T7/2024

Đơn vị tính: triệu USD



Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Chỉ có 3 thị trường trong khối các thành viên CPTPP có xu hướng giảm là Malaysia, Singapore, và Pê Ru, trong đó Pê Ru giảm mạnh nhất. Kim ngạch xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang Pê Ru tháng 7/2024 giảm 4,15% so với tháng 7/2023 và 7 tháng năm nay giảm tới 34,21% so với cùng kỳ năm trước.

Cơ cấu chủng loại nhóm hàng xuất khẩu sang thị trường CPTPP

Tôm (gồm tôm tươi và các sản phẩm chế biến từ tôm) vẫn là nhóm hàng có trị giá xuất khẩu cao nhất trong các nhóm hàng thủy sản xuất khẩu sang các thị trường thành viên CPTPP. Tháng 7/2024, kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng này tăng 16,72% so với tháng 6/2024 và tăng 24,46% so với tháng 7/2023, đạt 92,61 triệu USD, đưa trị giá xuất khẩu nhóm hàng này 7 tháng đầu năm 2024 lên 5073,5

triệu USD (chiếm 36,96% tổng kim ngạch xuất khẩu thủy sản sang các thị trường đối tác thành viên CPTPP), tăng 6,02% so với cùng kỳ năm ngoái.

Đáng chú ý, xuất khẩu tôm các loại sang Mexico tăng rất mạnh. Kim ngạch xuất khẩu nhóm hàng 7 tháng năm 2024 sang thị trường này tuy không cao nhưng tăng tới 317,38% so với 7 tháng năm 2023. Xuất khẩu tôm sang một thị trường lớn trong khối thành viên CPTPP là Canada cũng tăng khá, đạt 82,77 triệu USD, tăng 52,98%.

Bảng 3: Xuất khẩu các nhóm hàng thủy sản của Việt Nam sang các nước thành viên CPTPP tháng 7 và 7 tháng đầu năm 2024

Nhóm hàng	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)
Tổng	228,87	11,68	15,17	1.373,25	3,92
Tôm	92,61	16,72	24,46	507,50	6,02
Sản phẩm đông lạnh	43,33	10,97	22,31	286,40	0,97
Cá tra, basa	27,69	16,76	40,26	149,39	15,29
Cá hồi	21,92	6,39	-3,42	148,14	-0,12
Khác	8,15	-31,87	-32,44	78,26	-12,94
Cá ngừ	10,08	16,68	4,23	65,07	-1,01
Mực	7,41	5,31	2,58	50,52	112,50
Cua	7,71	23,70	3,38	46,08	9,44
Cá thu	2,89	36,07	-0,83	16,22	-4,49
Cá saba	4,59	-2,51	21,11	11,61	-58,28
Cá tuyết	1,38	120,27	-47,58	8,29	-23,38
Nước mắm	0,68	-1,87	38,80	4,11	41,95

Nhóm hàng	T7/2024 (triệu USD)	So T6/2024 (%)	So T7/2023 (%)	7T/2024 (triệu USD)	So 7T/2023 (%)
Thanh cua	0,34	565,86	85,47	1,16	13,11
Mắm ruốc	0,07	-44,78	1.208,90	0,49	123,58

Nguồn: Thống kê sơ bộ từ số liệu hải quan

Trong các chủng hàng tôm, chủng hàng mã HS 160529 (tôm và tôm càng, chế biến hoặc bảo quản trong hộp kín) là loại có trị giá xuất khẩu cao thứ hai (sau loại mã HS 030617) sang các nước thành viên CPTPP. Theo số liệu của Trademap, nhu cầu nhập khẩu chủng hàng này của New Zealand tăng khá mạnh, tuy đạt 830 nghìn USD trong nửa đầu năm nay nhưng tăng 179,46% so với nửa đầu năm ngoái. Tín hiệu tích cực là đến nay, Việt Nam chính là nguồn cung số 1 mã hàng này của New Zealand.

Trong các nước thành viên CPTPP, Canada là thị trường nhập khẩu chủng hàng tôm mã HS 160529 nhiều nhất, đạt 23,4 triệu USD trong 6 tháng đầu năm 2024, tăng 13,3% so với cùng kỳ năm trước. Việt Nam cũng là nguồn cung lớn nhất của Canada đối với mã hàng này, chiếm 52,17% tổng kim ngạch nhập khẩu mã hàng của Canada.

Bảng 4: Nhập khẩu chủng hàng tôm mã HS 160529 của các nước thành viên CPTPP trong nửa đầu năm 2024

Thị trường	6T/2024 (nghìn USD)	So 6T/2023 (%)	Tỷ trọng của Việt Nam trong 6T/2024 (%)
Chilê	17.076	80,77	1,53
New Zealand	830	179,46	51,45

Malaysia	4.457	33,01	32,85
Singapore	859	33,18	13,62
Canada	23.431	13,30	52,17
Nhật Bản	1.252	-33,69	0,32
Úc	18.501	-3,27	67,25

Nguồn: Trademap

Cơ hội hợp tác sản xuất, đầu tư, giao thương mặt hàng của Việt Nam với các nước thành viên CPTPP

New Zealand vừa công bố cam kết tài trợ gần 50 triệu NZD (hơn 30 triệu USD) cho gói hỗ trợ phát triển ngành thủy sản bền vững tại Thái Bình Dương trong 4 năm tới.

Sự hỗ trợ này không chỉ thể hiện cam kết của New Zealand trong việc giúp đỡ các đối tác Thái Bình Dương phát triển và duy trì các ngư trường bền vững, mà còn giải quyết các khuyến nghị từ cuộc điều tra của Quốc hội về việc đánh bắt thủy sản bất hợp pháp.

Gói hỗ trợ này sẽ giúp tăng cường khả năng chống chịu và sự bền vững cho các quốc gia Thái Bình Dương.

Gói hỗ trợ bao gồm:

- 19,48 triệu NZD – Gói hỗ trợ các quốc gia (tương đương 11,69 triệu USD)
- 16,49 triệu NZD – Gói hỗ trợ phối hợp khu vực (tương đương 9,9 triệu USD)
- 7,15 triệu NZD – Gói hỗ trợ cho các chương trình đào tạo ngành thủy sản do MPI tổ chức (tương đương 4,9 triệu USD)
- 4,63 triệu NZD – Gói hỗ trợ giám sát dữ liệu thông qua Ủy ban Thủy sản Tây và Trung Thái Bình Dương (tương đương 2,78 triệu USD)

- 948.000 NZD – Gói hỗ trợ thực hiện chương trình (tương đương với gần 569.000 USD)

Chương trình sẽ làm việc chặt chẽ với các đối tác như Cơ quan Nghề cá Diễn đàn Quần đảo Thái Bình Dương, Ban Thư ký Cộng đồng Thái Bình Dương, Ủy ban Nghề cá Tây và Trung Thái Bình Dương và Bộ Thủy sản New Zealand.

Triển vọng và dự báo

Người tiêu dùng ngày càng có ý thức về sức khỏe và đang tích cực tìm kiếm các loại thực phẩm giàu protein, axit béo omega-3 và các chất dinh dưỡng thiết yếu khác. Hải sản được công nhận rộng rãi vì lợi ích cho sức khỏe, bao gồm vai trò hỗ trợ sức khỏe tim mạch, chức năng não và sức khỏe tổng thể. Do đó, ngày càng có nhiều người ưa chuộng hải sản hơn các nguồn protein khác. Sự sẵn có của nhiều loại hải sản đông lạnh, chẳng hạn như cá hồi, cá ngừ và cá thu, giàu omega-3, phù hợp với xu hướng tiêu dùng coi trọng sức khỏe này.

Hải sản đông lạnh là các loại sản phẩm hải sản khác nhau đã trải qua quá trình đông lạnh ngay sau khi thu hoạch để giữ được độ tươi, kết cấu, hương vị và giá trị dinh dưỡng. Phương pháp bảo quản này đã được áp dụng rộng rãi trong ngành hải sản để kéo dài thời hạn sử dụng của các sản phẩm hải sản, giúp người tiêu dùng có thể mua chúng quanh năm và trên nhiều khu vực khác nhau.

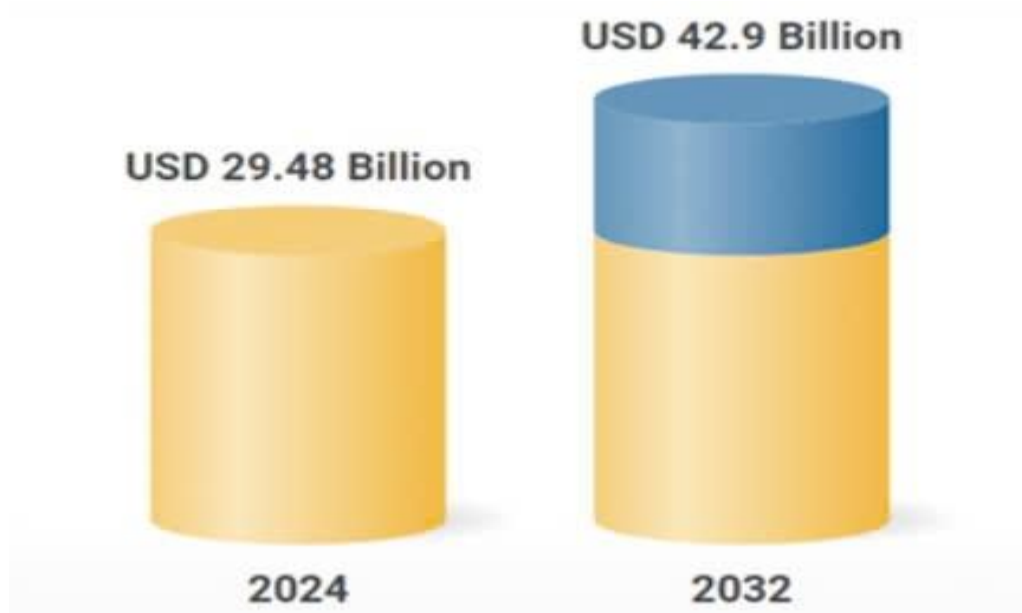
Thị trường hải sản đông lạnh toàn cầu đã chứng kiến sự tăng trưởng đáng kể trong vài năm qua, nhờ sự kết hợp của nhiều yếu tố, chẳng hạn như sở thích của người tiêu dùng thay đổi, tiến bộ công nghệ và nhận thức ngày càng tăng về lợi ích dinh dưỡng của hải sản.

Theo báo cáo của Researchandmarkets, doanh thu hải sản đông lạnh toàn cầu đạt khoảng 28,00 tỷ USD vào năm 2023, dự kiến sẽ tăng trưởng CAGR ở mức 4,8% từ năm 2024 đến năm 2032, đạt giá trị gần 42,9 tỷ USD vào năm 2032.

Một trong những xu hướng nổi bật nhất của thị trường hải sản đông lạnh là nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với các sản phẩm tiện lợi và chế

biến sẵn. Lối sống bận rộn và sự tham gia ngày càng tăng của lực lượng lao động, đặc biệt là ở phụ nữ, đã dẫn đến sự gia tăng tiêu thụ các loại thực phẩm dễ chế biến. Hải sản đông lạnh, với thời hạn sử dụng dài hơn và thời gian chế biến tối thiểu, hoàn toàn phù hợp với xu hướng này. Các sản phẩm như phi lê cá đông lạnh, tôm và hỗn hợp hải sản đặc biệt phổ biến đối với những người tiêu dùng đang tìm kiếm giải pháp bữa ăn nhanh mà không ảnh hưởng đến hương vị hoặc giá trị dinh dưỡng.

Biểu đồ 3: Dự báo doanh thu của hải sản đông lạnh toàn cầu giai đoạn 2024 – 2032



Nguồn: researchandmarkets.com

Những cải tiến công nghệ trong cấp đông và đóng gói đã đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy sự phát triển của thị trường hải sản đông lạnh toàn cầu. Các kỹ thuật cấp đông tiên tiến, chẳng hạn như cấp đông nhanh, đảm bảo hải sản giữ được kết cấu, hương vị và hàm lượng dinh dưỡng. Các phương pháp này giảm thiểu sự hình thành các tinh thể băng, có thể làm hỏng cấu trúc tế bào của hải sản, do đó duy trì độ tươi ngon trong thời gian dài. Các giải pháp đóng gói cải tiến, bao gồm đóng gói chân không và đóng gói khí quyển biến đổi, cũng góp phần kéo dài

thời hạn sử dụng và ngăn ngừa tình trạng đông lạnh, khiến hải sản đông lạnh hấp dẫn hơn đối với người tiêu dùng.

Sự gia tăng của các kênh phân phối bán lẻ và trực tuyến đã thúc đẩy đáng kể giá trị thị trường hải sản đông lạnh. Các siêu thị, đại siêu thị và cửa hàng hải sản đặc sản ngày càng dành nhiều khoảng không, diện tích kệ hàng hơn cho hải sản đông lạnh, phản ánh sự phổ biến ngày càng tăng của loại hải sản này. Ngoài ra, sự phát triển của các nền tảng thương mại điện tử đã giúp người tiêu dùng dễ dàng mua hải sản đông lạnh ngay tại nhà.

Các sản phẩm sáng tạo và xu hướng ẩm thực cũng đang định hình sự phát triển của thị trường hải sản đông lạnh. Các nhà sản xuất liên tục phát triển các sản phẩm mới và thú vị để đáp ứng thị hiếu và sở thích thay đổi của người tiêu dùng.

Theo loại, thị trường được chia thành cá đông lạnh, giáp xác đông lạnh, động vật thân mềm đông lạnh và các loại khác. Trong số này, phân khúc cá đông lạnh chiếm thị phần lớn nhất vào năm 2023 và dự kiến sẽ duy trì tỷ trọng chiếm giữ trong giai đoạn dự báo 2024-2032. Sự xuất hiện của cá đông lạnh cao cấp phục vụ cho những người mong muốn có hải sản chất lượng nhà hàng ngay tại nhà, mang lại tiềm năng thị trường rất lớn cho phân khúc này.

Tùy thuộc vào hình thức, thị trường được phân loại thành hải sản đông lạnh thô, hải sản nấu chín trước và hải sản ăn liền. Phân khúc hải sản đông lạnh thô là phân khúc được tiêu thụ nhiều nhất năm 2023. Nhu cầu về hải sản đông lạnh thô đã tăng do có sẵn ở trạng thái tự nhiên mà không cần chế biến và dễ dàng mua được thông qua nhiều kênh bán lẻ khác nhau. Hải sản sống có hương vị tươi ngon và kết cấu tinh tế hơn so với các loại hải sản nấu chín khác, cho phép chế biến các món ăn đa dạng và sáng tạo. Theo đó, dự kiến hải sản đông lạnh thô sẽ tiếp tục là phân khúc đạt doanh thu cao nhất trong giai đoạn dự báo trên.

**** Những yếu tố tác động tiêu cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam***

- Biến đổi khí hậu đang có những tác động tiêu cực đáng kể đến ngành nuôi trồng thủy sản. Những hiện tượng thời tiết bất thường như bão lụt, hạn hán, và

nhệt độ thay đổi đột ngột không chỉ ảnh hưởng đến hoạt động sản xuất mà còn gây ra những biến đổi về môi trường sống của thủy sản. Sự xuất hiện của các hiện tượng thời tiết cực đoan như bão, lốc xoáy, mưa lớn bất thường hoặc nắng nóng kéo dài gây ra thiệt hại nặng nề cho hạ tầng nuôi trồng thủy sản như ao, đầm, và lồng bè. Các đợt bão lớn có thể phá hủy hoàn toàn các cơ sở nuôi trồng, trong khi hạn hán kéo dài làm cạn kiệt nguồn nước, khiến việc nuôi trồng gặp khó khăn. Ngoài ra, thời tiết bất thường và biến đổi khí hậu có thể làm suy giảm nguồn thức ăn tự nhiên cho thủy sản, dẫn đến tăng chi phí cho người nuôi trong việc mua thức ăn nhân tạo, đồng thời giảm khả năng phát triển tự nhiên của thủy sản.

- Chất lượng nước bị suy giảm làm môi trường sống của thủy sản trở nên khắc nghiệt, gây căng thẳng và giảm sức đề kháng của chúng. Điều này tạo điều kiện thuận lợi cho các loại vi khuẩn, virus và ký sinh trùng phát triển, dẫn đến các dịch bệnh như bệnh gan thận mủ, bệnh đốm trắng ở tôm, và các bệnh liên quan đến nấm mốc. Nhiều cơ sở nuôi trồng thủy sản chưa có hệ thống quản lý và xử lý rác thải, nước thải hiệu quả. Chất thải từ thức ăn thừa, phân cá, và các hóa chất sử dụng trong nuôi trồng nếu không được xử lý đúng cách sẽ gây ô nhiễm môi trường nước trong ao và các vùng lân cận.

- Biến động giá cả trên thị trường quốc tế có thể ảnh hưởng đến lợi nhuận của người nuôi trồng và doanh nghiệp. Giá thủy sản xuất khẩu có thể thay đổi do nhiều yếu tố như cung cầu toàn cầu, chính sách thương mại, và biến động tỷ giá hối đoái. Sự gia tăng nguồn cung từ các quốc gia sản xuất lớn như Ấn Độ, Thái Lan, và Indonesia có thể làm giảm giá xuất khẩu và làm giảm lợi nhuận của các doanh nghiệp. Những quốc gia này không chỉ có lợi thế về chi phí sản xuất thấp hơn mà còn đầu tư mạnh vào công nghệ và quy trình sản xuất hiện đại. Điều này làm giảm khả năng cạnh tranh của các doanh nghiệp và người nuôi trồng ở các quốc gia khác, bao gồm Việt Nam.

- Các thị trường xuất khẩu yêu cầu ngày càng cao về chất lượng sản phẩm, bao gồm các tiêu chuẩn an toàn thực phẩm, không có dư lượng kháng sinh và hóa

chất độc hại. Doanh nghiệp phải đảm bảo sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn chất lượng quốc tế như GlobalGAP, BRC, và ASC. Điều này đòi hỏi đầu tư vào công nghệ, quy trình sản xuất và kiểm tra chất lượng.

*** *Những yếu tố tác động tích cực đến xuất khẩu thủy sản của Việt Nam***

- Thị trường Nhật Bản dự kiến sẽ phục hồi mạnh hơn vào nửa cuối năm 2024. Các doanh nghiệp sản xuất tôm Việt Nam có lợi thế cạnh tranh và vị thế thị trường mạnh mẽ trong việc xuất khẩu tôm chế biến chất lượng cao sang Nhật Bản so với các nhà xuất khẩu tôm khác nên xuất khẩu tôm sang Nhật Bản dự báo sẽ tăng trong mùa cao điểm nửa cuối năm 2024.

- Cước vận tải quốc tế có xu hướng giảm hơn so với thời điểm đầu năm 2024, sẽ giúp giảm chi phí, giảm bớt khó khăn cho doanh nghiệp xuất khẩu.

- Suy thoái kinh tế toàn cầu khiến người tiêu dùng chi tiêu tiết kiệm. Cá tra có lợi thế vì giá cả phải chăng. Việt Nam là quốc gia sản xuất và XK cá tra lớn nhất thế giới, với sản phẩm được ưa chuộng tại nhiều thị trường quốc tế, hương vị thơm ngon, giá cả cạnh tranh. Tiêu thụ cá tra ở các nước khối thành viên CPTPP như Malaysia, Singapore, Mexico cũng tăng khá, đem đến kỳ vọng xuất khẩu cá tra sang các thị trường này sẽ cao hơn trong những tháng cuối năm 2024.