**Thị trường trái vải Việt Nam và triển vọng xuất khẩu ra thế giới**

**I.                   THỊ TRƯỜNG TRÁI VẢI THẾ GIỚI**

**1.      Sản lượng thế giới**

Sản lượng vải những năm gần đây liên tục tăng, năm 2014 đạt 2,6 triệu tấn và dự báo sẽ còn tiêp tục tăng do sản xuất của một số quốc gia như Trung Quốc, Ấn Độ, Việt Nam, Thái Lan… gia tăng.

Xét về quy mô sản xuất và thời gian thu hoạch, đối thủ tiềm năng chính của Việt Nam chính là Trung Quốc, Ấn Độ, Đài Loan, Thái Lan và Madagascar. Hầu hết các nước này đã xuất khẩu được vải quả sang các thị trường khó tính như Châu Âu, Canada và Mỹ.

Thái Lan là một trong 5 nước sản xuất vải quả nhiều nhất trên thế giới với rất nhiều kinh nghiệm trong chế biến và xúc tiến xuất khẩu trái cây. Các doanh nghiệp của Thái Lan rất năng động trong việc cải thiện chất lượng, mẫu mã sản phẩm và tổ chức hoạt động XTTM tại các thị trường mà họ hướng tới. Thái Lan đã xây dựng được mối quan hệ đối tác bền chặt với các siêu thị và nhà phân phối bán buôn lớn ở châu Âu để đảm bảo tính ổn định cho xuất khẩu vải quả vào các thị trường này. Thái Lan cũng đặc biệt chú ý đến hình thức mẫu mã và đóng gói sản phẩm. Vải tươi được đóng hộp trong các thùng có màu sắc bắt mắt, dán nhãn với thông tin chỉ dẫn đầy đủ. Vải xuất khẩu sang Hoa Kỳ được xử lý bảo quản để giữ độ tươi lâu, do đó hầu hết vải của Thái Lan khi xuất khẩu đến các thị trường tiêu dùng vẫn giữ được màu sắc tự nhiên, độ đồng đều cao.

Các nước châu Á chiếm khoảng 95% tổng sản lượng vải thế giới, trong đó Trung Quốc và Ấn Độ lần lượt chiếm khoảng 57% và 24%. Sản lượng của Việt Nam chiếm khoảng 6% và đứng vị trí thứ 3 về sản xuất.

***Sản xuất vải quả của Việt Nam so với các nước trên thế giới***

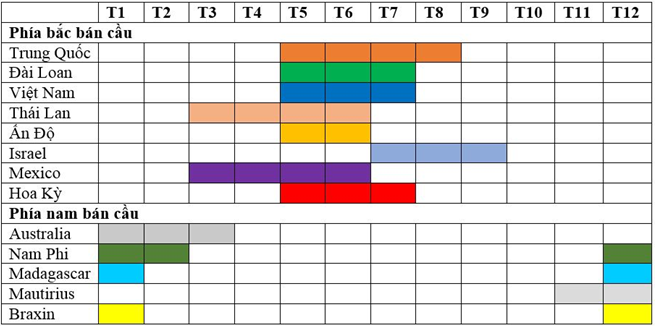
|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Nước** | **Sản xuất (tấn)** | **Tỷ trọng (%)** |
| Trung Quốc | 1.482.000 | 57,00 |
| Ấn Độ | 624.000 | 24,00 |
| **Việt Nam \*** | **156.000** | **6,00** |
| Madagascar | 100.000 | 3,85 |
| Đài Loan | 80.000 | 3,08 |
| Thái Lan | 43.000 | 1,65 |
| Nepal | 14.000 | 0,54 |
| Băng la đét | 13.000 | 0,50 |
| Reunion | 12.000 | 0,46 |
| Nam Phi | 8.600 | 0,33 |
| Mauritius | 4.500 | 0,17 |
| Mexico | 4.000 | 0,15 |
| Pakistan | 3.000 | 0,12 |
| Australia | 2.500 | 0,10 |
| Israel | 1.200 | 0,05 |
| Mỹ | 600 | 0,02 |
| Khác | 51.600 |  |
| **Thế giới** | **2.600.000** | **100,00** |

*Nguồn: AgroData (2014)*

*\* Theo số liệu thống kê sơ bộ của Việt Nam, năm 2014 sản lượng vải thiều cả nước vào khoảng 230.000 tấn (Lục Ngạn – Bắc Giang khoảng 190.000 tấn, Thanh Hà – Hải Dương gần 48.000 tấn).*

Hoạt động sản xuất vải quả diễn ra chủ yếu ở khu vực phía Bắc bán cầu và chỉ một lượng nhỏ ở Nam Bán cầu (gồm Úc, Madagasca, Nam Phi và một số quốc gia khác). Trong tương lai dự báo Bra-xin cũng có thể xuất khẩu vải quả sang Mỹ khi nguồn cung cho thị trường nội địa đã dư thừa. Do sự khác biệt về mùa vụ trong năm, quả vải được thu hoạch chủ yếu tại Bắc bán cầu vào mùa hè (giai đoạn từ tháng 5 đến tháng 7), trong khi mùa thu hoạch ở phía Nam bán cầu diễn ra từ tháng 11 đến tháng 2.

*Phân bổ mùa vụ vải quả giữa các nước trên thế giới*



***Giá bán tham khảo sản phẩm vải tại một số thị trường***

| **Sản phẩm** | **Thị trường** | **Nhà phân phối** | **Giá bán lẻ** |
| --- | --- | --- | --- |
| Vải quả tươi | Anh | mysupermarket.co.uk | Hộp 12 quả (200g): 1,69 bảng  8,45 bảng Anh/kg (tương đương 300.000 đ/kg) |
| Vải quả tươi | Đức | [www.freshplaza.com](http://www.freshplaza.com/) | Tuần 48, 49 (2012): euro 9,90/kg (khoảng 270.000 đ/kg)  Tuần 50 (2012), 6,90 đến 7,90 euro/kg (khoảng 200.000 đ- 240.000 đ/kg) |
| Vải quả tươi (các thương hiệu Sweetheart, Mauritius, Brewster) | California (Mỹ) | [LocalHarvest](http://www.localharvest.org/lychee-C13304) | Hộp 5 pound: 79 USD/hộp (1 pound= gần 0,5 kg) (31,6 USD/kg) (tương đương 660.000 đ/kg)  Hộp 10 pound: 149 USD/hộp |
| Vải quả tươi | Nội địa Trung Quốc | Cửa hàng bán lẻ | 200.000- 300.000đ/kg (10-15 USD/kg) |
| Vải quả tươi |  | Trang bán hàng Amazon.com | 30,99 USD/2 pound (32USD/kg) (tương đương 672.000 đ/kg) |
| Vải quả tươi |  | Trang bán hàng  [BuyExoticFruits.com](http://www.buyexoticfruits.com/lychee.html), | 29,99 USD/kg (chiết khấu 10% cho người có coupon) (tương đương 620.000 đ/kg) |
| Vải quả tươi | Nhật Bản | Các siêu thị bán lẻ | 16 USD/set 5-6 quả (khoảng 100 gram) (tương đương 3.200.000 đ/kg) |

*Nguồn: Khảo sát qua mạng của Cục XTTM*

**2.      Tiêu thụ thế giới**

Theo dự báo của các nhà xuất khẩu vải Ausrtralia, nhu cầu tiêu thụ vải quả trên thế giới sẽ tiếp tục có xu hướng gia tăng trong thời gian tới. Vải quả tươi sẽ vẫn được ưa chuộng nhưng xu hướng đa dạng hóa các sản phẩm vải quả sẽ vẫn diễn ra mạnh mẽ. Các sản phẩm bánh kẹo, mứt, bột và nước ép sẽ xuất hiện nhiều hơn ở các phân khúc bán buôn thay vì chỉ có sản phẩm vải tươi thống trị phân khúc này như trước kia. Đồng thời người tiêu dùng sẽ ngày càng khó tính hơn khi lựa chọn các sản phẩm vải quả do họ có nhiều lựa chọn hơn từ các nước khác nhau trên thế giới song xu hướng rõ ràng là những sản phẩm an toàn và giữ được hương vị tự nhiên sẽ được ưu tiên hơn.

*Một số sản phẩm từ quả vải đang có mặt trên thị trường thế giới*

|  | ***Các sản phẩm vải quả, yêu cầu về chất lượng, bao gói và đặc điểm kênh phân phối, giao dịch tại các thị trường trên thế giới*** |
| --- | --- |
| **Tên sản phẩm** | **Mô tả/cách thức phân phối, giao dịch trên thế giới** |
| **Vải quả tươi** | Đóng gói, bảo quản, vận chuyển:  Vải tươi từ các nước được xử lý bảo quản, đóng thùng, dán nhãn, xuất khẩu bằng đường hàng không hoặc đường bộ (trường hợp các nước liền biên giới).  Phân phối:  Sản phẩm được bán tại các siêu thị, cửa hàng hoặc được nhà phân phối chuyên nghiệp giao đến tận nhà những người tiêu dùng đã đặt hàng (ví dụ tại Florida- Mỹ, người mua đặt hàng trước 1-2 ngày, cửa hàng phân phối sẽ lựa chọn vải theo yêu cầu và giao hàng tại nhà).  Giá bán lẻ: 29-32 USD/kg  Đặt hàng trước 1-2 ngày theo máy bay  Yêu cầu: Độ đồng đều (ví dụ thị trường Floria Mỹ yêu cầu đường kính 1,5 inch/quả), màu vải tươi tự nhiên, xử lý xạ/nhiệt để đảm bảo không có dịch bệnh. |
| **Vải đóng hộp** | Các sản phẩm vải đóng hộp rất đa dạng, tùy thuộc vào thị hiếu của từng thị trường. Theo đó mức độ ngọt, trọng lượng hộp, số lượng quả vải trong mỗi hộp sẽ dao động tùy theo thị trường. Ví dụ tại Florida- Mỹ, người tiêu dùng thường dùng các hộp có khoảng 20 quả vải đã được bóc vỏ, bỏ hạt và đóng hộp trong khoảng 1,5 cốc xi-rô đường.  Giá bán lẻ: Từ 5-25 USD/hộp tùy thị trường (Ví dụ tại Trung Quốc chỉ khoảng 5-10 USD/hộp 20 quả, tại châu Âu khoảng 25 USD/hộp 20 quả). |
| **Bột vải quả, nước vải quả cô đọng** | Vải quả nghiền, cô đọng, sử dụng để làm đồ uống hỗn hợp, sorbets, sinh tố hoặc đổ lên kem, Phân phối: Chủ yếu bán tại các siêu thị và cũng được giao hàng tận nhà nếu có yêu cầu.  Giá bán: 25 USD/túi 0,5kg  Yêu cầu: Độ mịn, độ đường đạt tiêu chuẩn của thị trường tiêu thụ. |
| **Bánh kẹo từ vải quả, vải sấy khô** | Vải sấy khô, kẹo vải, bánh vải, vải ngâm mật ong... Lychee Gummys, Dried Lychees, Lychee Honey, Lychee Gel Cup  Các sản phẩm này chủ yếu bán ở các siêu thị |
| **Mứt vải** | Mứt vải rất được ưa chuộng tại Mỹ và châu Âu, nhất là khi mùa vải tươi đã kết thúc. Dùng để ăn sáng với bánh mì.  Phân phối: Được bán phổ biến trong các siêu thị |
| **Si rô vải** | Si rô vải được chế biến theo công thức riêng của từng nhà sản xuất, chể kết hợp với một số thành phần khác để vừa đạt yêu cầu về dinh dưỡng, hương vị, vừa đáp ứng một yêu cầu riêng gì đó về sức khỏe  (ví dụ được dùng như một loại thực phẩm chức năng: Vải quả rất tốt cho những người cao huyết áp, chứa một lượng rất thấp natri, nhưng lượng kali cao trong một khẩu phần vải) |
| **Nước ép vải** | Nước ép vải rất phổ biến tại các siêu thị trên thế giới. Tại Mỹ, nước ép vải từ Nam Phi, Đài Loan và Malaysia đã có chỗ đứng trong các siêu thị lớn (Việt Nam chưa thâm nhập được thị trường này).  Vận chuyển: Hàng không hoặc hàng hải |
| **Trà vải** | Trung Quốc, Đài Loan đã sản xuất trà đen hương vải, trà tẩm vị vải tươi tự nhiên và đã xuất khẩu được sang Mỹ, châu Âu.  Vận chuyển: Hàng không hoặc hàng hải |
| **Kem dưỡng da từ vải quả** | Sản phẩm chăm sóc da vải quả được tinh chế nhằm đảm bảo mùi thơm và công dụng tự nhiên của vải quả đối với da, đồng thời có đặc trưng của vải quả tươi với ánh đỏ nhạt gợi cảm.  Hiện nay các nhà sản xuất của Thái Lan đã xuất khẩu được sản phẩm này sang Mỹ. |

*Nguồn: Tổng hợp từ trang điện tử của các siêu thị lớn của Mỹ và châu Âu*

**3.      Xuất khẩu thế giới**

Tổng lượng xuất khẩu trên thế giới chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ - khoảng 2% tổng sản lượng sản xuất. Số liệu năm 2008 là khoảng 32.000 tấn.

Những nước dẫn đầu về xuất khẩu quả vải bao gồm: Madagasca (xuất khẩu khoảng 25% sản lượng, chiếm khoảng 70% thị phần ở EU cũng như xuất khẩu toàn thế giới), Nam Phi (xuất khẩu tới 90%) hay Israel (hơn 70% sản lượng) (GHD, 2013).

Đứng đầu về sản xuất vải nhưng sản phẩm của Trung Quốc và Ấn Độ chủ yếu được tiêu thụ tại thị trường nội địa. Với Việt Nam, tỷ lệ xuất khẩu lên tới 40% sản lượng, nhưng chủ yếu qua cửa khẩu phụ và lối mở biên giới nên chưa có mặt trên bản đồ như một nhà xuất khẩu lớn về vải. Và do vậy, Trung Quốc, Ấn Độ và Việt Nam đều không dẫn đầu thế giới về xuất khẩu quả vải.

**4.      Một số thị trường chủ chốt trên thế giới**

**Mỹ**

Nhiều yếu tố khác nhau đã ảnh hưởng đến xu hướng tiêu dùng hàng thực phẩm trên thị trường Mỹ trong 2 thập niên vừa qua. Các xu hướng tiêu dùng chính ảnh hưởng đến việc tiêu dùng hàng thực phẩm bao gồm: nhu cầu đối với các loại thực phẩm có chất lượng cao, tiện dụng và đa dạng; nhu cầu ngày càng tăng đối với độ “tươi” của sản phẩm và các loại thực phẩm có hương vị ngon và xu hướng sẵn sàng thưởng thức thực phẩm ở cả nhà hàng và tại nhà; cơ cấu dân số (xét theo dân tộc) thay đổi làm tăng nhu cầu đối với các loại thực phẩm có nguồn gốc Châu Á và Mỹ Latinh; người tiêu dùng ngày càng hiểu biết hơn về các chế độ ăn kiêng và mối liên kết cũng như tầm quan trọng của việc duy trì sức khỏe tốt; đồng thời ngày càng nhiều người có ý thức hơn về bệnh béo phì; sự bùng nổ của các nghiên cứu về chất dinh dưỡng và chất chống ôxy hóa từ thực vật và tác dụng của chúng đối với sức khỏe con người; các chính sách của Mỹ liên quan đến sức khỏe con người gắn liền với lợi ích của việc tiêu dùng rau quả như ngày càng sẵn có các loại rau quả trong các trường học và các hướng dẫn mới về dinh dưỡng (MyPlate); và mối quan tâm ngày càng tăng của người tiêu dùng về việc thực phẩm được sản xuất ở đâu và như thế nào cũng làm tăng nhu cầu đối với các sản phẩm sản xuất trong nước, hệ thống thực phẩm truyền thống và thực phẩm hữu cơ. Các xu hướng này đều ảnh hưởng đến việc pha trộn và loại hình thực phẩm được tiêu dùng trên thị trường Mỹ.

*Sản xuất*

Ở Mỹ, vải và nhãn được trồng chủ yếu tại 2 bang Florida và Hawaii và 1 phần nhỏ ở bang California, với tổng sản lượng khoảng 500 tấn vải và 800 tấn nhãn/năm.

Bộ Nông nghiệp Mỹ ước tính rằng, Việt Nam sẽ xuất sang Mỹ hàng năm khoảng 600 tấn vải, chiếm 69% thị phần tại đây. Do Florida và Hawaii cũng trồng được vải và nhãn nên Mỹ không cho phép Việt Nam xuất khẩu các mặt hàng này vào 2 bang trên để bảo vệ người tiêu dùng địa phương.

*Thị trường tiêu thụ*

Với dân số lên tới 317,5 triệu người, trong đó cộng đồng gốc châu Á chiếm một số lượng đông đảo, nhu cầu về các loại hoa quả nhiệt đới tại Mỹ ngày càng tăng và giá cũng được đẩy lên. Vải, nhãn, thanh long hay chôm chôm đều là những loại quả mà ngay cả người Mỹ cũng rất ưa chuộng.

Mỹ hiện chủ yếu nhập vải và nhãn từ 1 số quốc gia và vùng lãnh thổ như Đài Loan, Trung Quốc, Israel, Mexico và Thái Lan.

Trái cây nhiệt đới như vải, nhãn, chôm chôm ở Mỹ rất đắt nhưng cộng đồng người gốc châu Á tiêu thụ rất nhiều. Tuy nhiên trái cây này xuất xứ từ Thái Lan, Trung Quốc, Hawaii chứ lâu nay chưa có trái cây VN.

Nhãn và vải chủ yếu được bán tại New York và Los Angeles, nơi có cộng đồng người châu Á khá đông. Theo ước tính, giá bán buôn nhãn do người Mỹ trồng là vào khoảng 1,66 USD/pound (khoảng 450g), trong khi giá nhãn nhập khẩu vào Mỹ là 0,82 USD/pound, chỉ bằng 49% giá sản xuất tại thị trường Mỹ.

Với vải do Mỹ trồng, giá bán buôn là 1,67 USD/pound trong khi giá vải nhập khẩu chỉ có 0,86 USD/pound, chỉ bằng 51%. Thị trường Mỹ có sức tiêu thụ rất lớn và ổn định, nếu đạt quy trình của Mỹ thì có thể bán với giá rất cao. Vì vậy, mặt hàng này rất có triển vọng tại thị trường Mỹ nếu đáp ứng được một số tiêu chuẩn về vệ sinh an toàn thực phẩm của nước này.

*Các quy định với vải nhập khẩu vào Mỹ*

Bộ Nông nghiệp Mỹ yêu cầu Việt Nam phải quy hoạch vùng trồng cũng như bản đồ và mã số liên quan để có thể theo dõi. Cơ quan cấp mã số của vùng trồng này là Cục bảo vệ thực vật Việt Nam;

Vải phải được trồng trên vùng đăng ký và được Cục Bảo vệ thực vật (BVTV) VN theo dõi nhằm đảm bảo không có bệnh;

Vải và nhãn phải được chiếu xạ để loại bỏ ký sinh trùng (16 loại vi khuẩn, nấm bệnh để ngừa dịch hại…) và phải dán nhãn đã qua chiếu xạ diệt ký sinh trùng (Đây là điều bất lợi đối với sản phẩm nhập khẩu vì Mỹ cũng trồng được vải và nhãn nên nhiều người tiêu dùng Mỹ cũng không muốn ăn các sản phẩm chiếu xạ, sợ ảnh hưởng đến sức khỏe);

Mỗi lô hàng phải kèm theo chứng chỉ của Cục Bảo vệ thực vật xác định sản phẩm phù hợp với quy định. Ngoài ra, các sản phẩm trên còn phải tuân thủ các quy định rất ngặt nghèo về dư lượng thuốc BVTV...;

Đối với các mặt mặt hàng thực phẩm và đồ uống dùng cho người và động vật thì Mỹ cũng yêu cầu các nhà xuất khẩu phải đăng ký cơ sở sản xuất và người đại diện tại Mỹ;

*Về quy định chiếu xạ*

Không chỉ vải và nhãn nhập khẩu từ Việt Nam mà từ cả các nước khác như Thái Lan, Trung Quốc, Israel, Mexico…cũng đều phải tuân thủ yêu cầu về chiếu xạ diệt ký sinh trùng.

Lượng chiếu xạ đối với vải và nhãn nhập khẩu hoàn toàn nằm trong giới hạn cho phép và hoàn toàn không ảnh hưởng gì tới sức khỏe con người.

Các nhà xuất khẩu quả vải vào Mỹ cần xem xét và tham vấn kỹ lưỡng với các cơ quan chức năng Mỹ về mức độ và thời gian chiếu xạ. Nếu quá mức sẽ làm cho phần cùi nhãn và vải chuyển thành màu nâu, mất tính thẩm mỹ. Ngoài ra, khi chuẩn bị hàng xuất khẩu, các doanh nghiệp cũng cần phân loại kích cỡ quả để đảm bảo sự đồng đều của sản phẩm trong mỗi lô hàng.

Vải và nhãn được trồng tại Mỹ không cần phải chiếu xạ vì Mỹ cho rằng, các sản phẩm địa phương không bị các loại sâu và dịch hại lạ xâm nhập, và nếu như có đi chăng nữa thì người ta cũng có cách xử lý. Do vậy Mỹ không bắt buộc hay yêu cầu nông dân địa phương phải sử dụng thuốc bảo vệ thực vật hoặc chiếu xạ đối với vả và nhãn.

Mặc dù lượng chiếu xạ với vải nhập khẩu nằm trong giới hạn an toàn, song vì lý do sức khỏe mà người tiêu dùng nghĩ rằng nếu như ăn một lượng nhiều thì sẽ gây ra ung thư hoặc các bệnh do ảnh hưởng của phóng xạ.

*Về quy định với thuốc bảo vệ thực vật (BVTV)*

Vải, nhãn phải chịu các quy định ngặt nghèo liên quan đến dư lượng thuốc bảo vệ thực vật. Đây là một trong những quy định rất ngặt nghèo nhất của Mỹ đặt ra đối với các hàng hóa nông sản của các nước vào thị trường này.

Khi phải dùng thuốc kháng sinh hoặc bảo vệ thực vật để chăm sóc cây vải và nhãn, phía Mỹ cũng khuyến cáo các doanh nghiệp Việt Nam chỉ nên dùng các loại thuốc đã được Cục Thực phẩm và Dược phẩm Mỹ (FDA) đồng ý và cho phép.

Đối với thuốc bảo vệ thực vật thì đây là một yêu cầu hết sức khắt khe của thị trường Mỹ. Dư lượng thuốc kháng sinh cũng như thuốc bảo vệ thực vật trên hoa quả tươi nhập khẩu vào Mỹ được tính theo tỷ lệ phần tỷ chứ không phải phần triệu. Do vậy, các doanh nghiệp phải hết sức lưu ý để đảm bảo rằng hàng xuất khẩu sang Mỹ không có dư lượng thuốc kháng sinh hoặc thuốc bảo vệ thực vật, nếu có thì cũng nằm trong phạm vi cho phép của Mỹ.

**Australia**

Vải vẫn là trái cây khá lạ lẫm với người dân Australia. Song, đây cũng là cơ hội rất lớn cho mặt hàng rau quả tươi của Việt Nam.

Australia là một trong những nước có các quy định về kiểm dịch ngặt nghèo nhất trên thế giới. Theo quy định của phía Australia, trước khi cho phép nhập khẩu, phía Việt Nam phải tiến hành kiểm tra, khảo sát vùng trồng vải, cơ sở đóng gói, cũng như làm việc với các đơn vị quản lý tại địa phương về các nội dung liên quan đến quản lý dịch hại tại vườn trồng và tiềm năng xuất khẩu sản phẩm.

**Châu Âu**

Châu Âu là một thị trường lớn và đem lại nhiều triển vọng cho các loại quả nhiệt đới bởi người tiêu dùng châu Âu có nhu cầu cao đối với các loại thực phẩm tốt cho sức khỏe và tỉ lệ người châu Á ở các nước EU đang tăng cao nên có nhu cầu ngày càng tăng đối với trái vải.

Do thời tiết tại vùng các nước châu Âu không phù hợp để trồng các loại trái cây nhiệt đới, nên sản xuất các loại trái cây nhiệt đới tại châu Âu còn rất hạn chế, chỉ một số ít chuối, dứa được sản xuất tại Tây Ban Nha và Bồ Đào Nha, phần lớn các loại hoa quả nhiệt đới, đặc biệt là các loại đặc sản từ các nước đều phải nhập khẩu. Đối với hoa quả, tiêu thụ của Italy và Tây Ban Nha là lớn nhất, chiếm tới 1/3 thị trường EU, nhưng sản xuất trong nước đủ đáp ứng nhu cầu nên đây không phải những thị trường nhập khẩu hoa quả tươi lớn nhất. Các thị trường nhập khẩu hoa quả tươi lớn nhất là Đức, Pháp và Anh. Ngày nay, ngày càng nhiều khách hàng châu Âu như các chuỗi siêu thị mua hoa quả trực tiếp từ nhà sản xuất. Điều này có thể đem lại cơ hội cho các công ty xuất khẩu Việt Nam giành được các hợp đồng dài hạn với mức giá cố định cho các sản phẩm đáp ứng đủ tiêu chuẩn.

Vải là loại trái cây đặc biệt đang dần được ưa chuộng tại châu Âu đặc biệt là tại Pháp dù lượng tiêu thụ bình quân đầu người còn hạn chế. Châu Âu nhập khẩu quả vải chủ yếu từ Madagascar và Nam Phi. Kim ngạch xuất khẩu mặt hàng này giữa Madagascar và EU đã tăng mạnh từ 18 triệu euro lên đến 72 triệu euro trong giai đoạn từ năm 2008 đến năm 2012, đáp ứng 70% nhu cầu của thị trường. Vải nhập từ nước này thường đến vào tháng 10, kéo dài đến tháng 2 năm sau.

*Các quy định đối với vải nhập khẩu vào châu Âu:*

**Đặc tính sản phẩm**

***Chất lượng:***

* Vải tươi muốn nhập khẩu vào thị trường EU phải phù hợp với các tiêu chuẩn tiếp thị chung đối với mặt hàng rau quả tươi bao gồm những yêu cầu tối thiểu về mặt chất lượng. Sản phẩm phải nguyên vẹn, sạch sẽ và lành lặn, (gần như) không bị sâu hại, hư hỏng, vỏ ướt bất thường, bên trong bị nâu thối và trong tình trạng chịu được vận chuyển và bốc xếp. Những tiêu chuẩn này phù hợp với những tiêu chuẩn của Uỷ ban Tiêu chuẩn Thực phẩm Quốc tế CODEX đối với quả vải.
* Quả vải đã phát triển đầy đủ và trưởng thành để chịu được vận chuyển và đảm bảo giữ được tình trạng tốt khi đến nơi.
* Quả vải được xếp loại theo ba tiêu chuẩn về chất lượng: “Loại hảo hạng” là những sản phẩm với chất lượng tốt nhất. Vải thuộc loại này phải có hình dáng và màu sắc điển hình của giống hay chủng loại. Ngoài ra, quả vải phải không có khuyết tật, trừ những vết trầy sát rất nhẹ trên bề mặt và không ảnh hưởng đến hình thái chung của sản phẩm, đến chất lượng, đến việc duy trì chất lượng và cách trình bày trong bao bì sản phẩm. Vải loại I có chất lượng tốt và chỉ có những khuyết tật rất nhỏ (khuyết tật về hình dáng, màu sắc hay ở vỏ nhưng tổng diện tích không quá 0,25cm2). Vải loại II là loại vải đáp ứng những yêu cầu tối thiểu để nhập khẩu vào thị trường EU nhưng không đủ điều kiện để chất lượng cao hơn như loại I hay loại Hảo hạng. Tuy nhiên, thị trường cho sản phẩm vải loại II rất hạn chế. Vải loại II có thể có những khuyết tật ví dụ như ở vỏ nhưng tổng diện tích không quá 0,5cm2.

***Kích thước và màu sắc***

* Theo tiêu chuẩn của CODEX đối với vải quả, kích cỡ được xác định bởi đường kính lớn nhất của quả.

- Kích thước tối thiểu cho vải loại “Hảo hạng” là 33mm.  
- Kích thước tối thiểu cho loại I và II là 20mm.  
- Cho phép chênh lệch kích cỡ tối đa là 10mm giữa các quả trong mỗi gói.

* Mức độ cho phép về kích thước: 10% số quả hoặc trọng lượng quả ở tất cả các loại không đạt kích thước tối thiểu miễn là đường kính không dưới 15mm ở tất cả các loại và/hoặc chênh lệch kích thước tối đa là 10mm.
* Số liệu về kích thước thường sử dụng đơn vị mm. Tuy nhiên, tại một số nước, ví dụ như Thái Lan, đã phát triển tiêu chuẩn nông nghiệp với mã kích thước (1-3) cho các giống khác nhau.
* Màu sắc quả vải có thể khác nhau từ hồng đến đỏ trong trường hợp vải không xử lý; từ vàng nhạt đến hồng đối với loại vải đã khử trùng với SO2.

**Đóng gói**

* Đóng gói dành cho bán buôn:

- Thường là đóng gói trong hộp với trọng lượng từ 2 đến 2,5kg. Có thể sử dụng các hộp có kích thước lớn hơn, đặc biệt khi sản phẩm được đóng gói lại tại châu Âu. Cần đảm bảo việc kiểm tra bao bì như mong muốn với khách hàng.

- Vải trong mỗi bao gói phải đồng bộ và chỉ chứa những quả có cùng nguồn gốc, giống hay chủng loại, chất lượng, kích thước và màu sắc. Phần vải quả nhìn thấy phải đại diện cho toàn bộ quả vải bên trong bao bì.

- Các hộp chứa phải đạt chất lượng, vệ sinh, thông gió và bền chắc để đảm cho quá trình bốc xếp, vận chuyển và bảo quản vải quả. Các bao gói (hoặc lô nếu sản phẩm xếp rời) phải hoàn toàn không có tạp chất và mùi lạ.

* Đóng gói dành cho người tiêu dùng: vải quả tươi được bán ngay khi vừa lấy ra khỏi hộp vải bán buôn hoặc trong khay nhựa với trọng lượng 300 hoặc 500gr.

**Ghi nhãn hiệu**

* Việc ghi nhãn hiệu lên bao gói cho tiêu thụ phải phù hợp với những nguyên tắc và quy định được áp dụng tại EU và khu vực Mậu dịch tự do châu Âu (EFTA). Nhằm bảo vệ quyền lợi người tiêu dùng trong việc tiếp cận thông tin hữu ích và chính xác, Quy định số 1169/2011 của EU đưa ra những quy định, yêu cầu và trách nhiệm chung nhằm quản lý thông tin thực phẩm, cụ thể là việc ghi nhãn hiệu lên bao bì thực phẩm. Nhãn hiệu không được phép chứa mực hay hồ dính độc hại.
* Mỗi bao bì (không dùng cho bán lẻ) phải có những nội dung dưới đây, bằng chữ in về cùng một phía, rõ ràng và khó tẩy xoá, và có thể nhìn thấy được từ bên ngoài:

- Xác nhận: tên và địa chỉ nhà xuất khẩu, đóng gói và/hoặc gửi hàng. Mã xác nhận (không bắt buộc);

- Bản chất của sản phẩm: Phải ghi tên sản phẩm nếu sản phẩm không thể nhìn thấy từ bên ngoài. Tên giống hoặc tên thương phẩm (không bắt buộc), nếu ở dạng chùm phải có quy cách của chùm;

- Nguồn gốc sản phẩm: Phải ghi nước xuất xứ, không bắt buộc khi khu vực trồng, tên quốc gia, tên vùng hoặc tên địa phương;

- Xác nhận hàng hoá: Loại sản phẩm, kích thước (mã nếu có) và/hoặc khối lượng tịnh;  
- Dấu Giám định chính thức (không bắt buộc).

* Ngoài ra, đối với việc đóng gói dành cho bán lẻ, nếu sản phẩm không thể nhìn thấy từ bên ngoài, mỗi bao bì phải có nhãn ghi tên sản phẩm và có thể ghi giống hoặc đại diện của giống. Các biểu tượng chứng nhận hay biểu tượng của nhà bán lẻ đều có thể được dán, nhãn hiệu nếu được yêu cầu, trong trường hợp sản phẩm có nhãn hiệu riêng.

**Yêu cầu của người mua hàng**

Yêu cầu của người mua hàng có thể chia thành 3 nhóm yêu cầu chính (1) những yêu cầu bắt buộc phải đáp ứng nếu muốn nhập khẩu vào thị trường EU, ví dụ như những yêu cầu về mặt pháp lý; (2) những yêu cầu chung mà hầu hết các đối thủ cạnh tranh đã thực hiện, nói cách khác là những quy định phải tuân thủ để theo kịp với thị trường; và (3) những yêu cầu của thị trường ngách đối với từng phân khúc cụ thể.

**1. Những yêu cầu bắt buộc phải đáp ứng:**

***Thuốc trừ sâu***

EU đã quy định mức dư lượng tối đa (MRL) có trong và trên các loại thực phẩm. Các sản phẩm có chứa lượng thuốc trừ sâu cao hơn mức cho phép sẽ bị buộc rút ra khỏi thị trường EU. Một lưu ý là người tiêu dùng ở một số quốc gia thành viên (bao gồm nhưng không giới hạn ở Anh, Đức, Hà Lan và Áo) quy định về MRL khắt khe hơn so với lượng MRL trong quy định của EU.

***Tiêu chuẩn tiếp thị***

Tất cả các loại trái cây và rau được nhập khẩu vào EU đều phải đáp ứng các yêu cầu tối thiểu về chất lượng như đã được ghi trong Tiêu chuẩn Tiếp thị của EU.

***Nhãn hiệu***

Thực phẩm được bày bán tại EU phải đáp ứng những quy định về dán nhãn hiệu thực phẩm.

Các thùng carton đựng rau quả tươi cần đảm bảo các yêu cầu sau:

* Tên và địa chỉ của người đóng gói và gửi hàng;
* Tên sản phẩm (nếu sản phẩm không thể nhìn thấy từ bên ngoài bao bì);
* Nước xuất xứ;
* Loại và kích thước (liên quan đến các tiêu chuẩn tiếp thị).
* Lưu ý đảm bảo tất cả các thông tin cần thiết đều được đề cập tới, nhưng đồng thời đề cập đến các thông tin hữu ích khác như biểu tượng của các nhà nhập khẩu hay giấy chứng nhận.

***Sức khoẻ cây trồng***

Hoa quả và rau xuất khẩu sang EU phải tuân thủ các quy định của EU đối với sức khoẻ cây trồng. EU đã đặt ra các yêu cầu về kiểm dịch thực vật để ngăn chặn việc lây lan ủa sinh vật gây hại cho cây trồng và sản phẩm thực vật trong EU. Theo đó,

* Một số sinh vật đã được niêm yết không được phép nhập khẩu vào thị trường EU, trừ một số trường hợp cụ thể được phép áp dụng.
* Thực vật hoặc sản phẩm thực vật được quy định tại Phần B, Phụ lục V của Chỉ thị 2000/29/EC phải kèm theo một giấy chứng nhận sức khoẻ cây trồng.

***Chất gây ô nhiễm***

Chất gây ô nhiễm là các chất không được đưa vào thực phẩm một cách có chủ ý, nhưng lại xuất hiện như kết quả của các giai đoạn khác nhau của quá trình sản xuất, đóng gói, vận chuyển hay bốc xếp. Để tránh tác động tiêu cực đến chất lượng thực phẩm và nguy cơ đối với sức khỏe con người, EU đã đặt ra giới hạn cho một số chất gây ô nhiễm.

***Biện pháp kiểm soát biên giới***

Các sản phẩm của bạn sẽ phải chịu các biện pháp kiểm tra chính thức. Các biện pháp này nhằm đảm bảo tất cả các loại thực phẩm nhập khẩu vào thị trường EU đều an toàn, tức là phù hợp với các yêu cầu đã được quy định đối với các mặt hàng này. Có ba loại kiểm tra là:

* Kiểm tra tài liệu
* Kiểm tra nhận dạng
* Kiểm tra vật lý

Trong trường hợp có sự lặp lại thường xuyên việc không tuân thủ quy định của một số sản phẩm có xuất xứ từ một số quốc gia cụ thể, EU có thể quyết định nâng mức tiến hành kiểm tra lên cao hơn hay áp dụng các biện phấp khẩn cấp. Việc kiểm tra có thể được tiến hành ở tất cả các cấp độ từ nhập khẩu đến marketing tại thị trường EU. Tuy nhiên, hầu hết việc kiểm tra đều được hoàn thành tại các điểm nhập cảnh vào EU.

**II.               SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ TRÁI VẢI VIỆT NAM**

Sản lượng vải thiều của Việt Nam hàng năm khoảng từ 180.000 – 210.000 tấn; trong đó tai Bắc Giang đạt khoảng 140.000 – 160.000 tấn, còn tại Hải Dương đạt khoảng 40.000 – 50.000 tấn. Diện tích vải áp dụng theo tiêu chuẩn Viet GAP, Global GAP, HACCP ... ngày càng tăng.

*Sản lượng vải quả của Việt Nam từ năm 2011 – 2015. ĐVT: tấn*

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Năm** | **Cả nước** | **Bắc Giang** | **Hải Dương** |
| 2011 | 237.740 | 185.740 | 52.000 |
| 2012 | 186.340 | 141.340 | 45.000 |
| 2013 | 186.000 | 140.000 | 46.000 |
| 2014 | 197.000 | 150.000 | 47.000 |
| 2015 | 200.000 | 160.000 | 40.000 |

Với mục tiêu rải vụ, kéo dài thời gian thu hoạch nhằm hạn chế đến mức thấp nhất thiệt hại cho người trồng vải, bằng các biện pháp chọn lọc tự nhiên kết hợp xây dựng các mô hình trồng thử nghiệm so sánh trong nhiều năm liền, các nhà khoa học của Viện Nghiên cứu rau quả phối hợp với địa phương chọn tạo thành công nhiều giống vải thiều chín sớm, có thời gian thu hoạch sớm hơn giống vải thiều chính vụ như Hùng Long (sớm hơn 15 ngày), Bình Khê (sớm hơn 20 - 25 ngày), Yên Hưng, Yên Phú (15 - 18 ngày), Phúc Hòa (20 - 22 ngày)...

Đây là các giống vải có tiềm năng năng suất cao, chất lượng tốt, mã quả đẹp được Bộ NN-PTNT công nhận là giống quốc gia, cho phép đưa vào SX đại trà. Ngoài các giống vải chín sớm đã được công nhận nói trên, nhiều địa phương trồng vải ở Bắc Giang, Hải Dương, Quảng Ninh còn trồng thêm các giống vải chín sớm khác như U hồng, U trứng, U thâm, lai Thanh Hà... cũng cho hiệu quả kinh tế rất cao.

Theo Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) và từ hai tỉnh Bắc Giang và Hải Dương, niên vụ vải thiều năm 2015, tổng sản lượng ước đạt trên 200.000 tấn quả tươi. Thời gian thu hoạch vải thiều niên vụ năm nay dự kiến như sau: thu hoạch vải sớm từ ngày 15/5 đến 05/6/2015 (tập trung chủ yếu ở các huyện Tân Yên, Lục Nam và Lục Ngạn của tỉnh Bắc Giang), thu hoạch vải chính vụ dự kiến từ ngày 1/6 đến 20/7/2015.

Về giá cả, nhờ có sự vào cuộc đồng bộ, quyết liệt từ các Bộ, ngành Trung ương và chính quyền các địa phương, đặc biệt là với sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp và hưởng ứng của người dân, thị trường vải thiều ngày càng được mở rộng, giá cả tương đối ổn định. Năm nay, giá vải thiều được dự báo ổn định và có mức tương đương với năm 2014.

**2. Tiêu thụ nội địa**

Hiện nay, tại thị trường nội địa, vải tươi được tiêu thụ toàn quốc, trong đó, tập trung chủ yếu tại khu vực phía Bắc, các thành phố lớn như Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam. Trong đó, phía Nam được đánh giá sẽ tiếp tục là thị trường quan trọng, chiếm khoảng 43% tổng sản lượng tiêu thụ nội địa.

Để đảm bảo tốt việc tiêu thụ vải thiều mùa vụ năm 2015, dự báo, vải thiều sẽ được tiêu thụ nội địa khoảng 60%, tương ứng với khoảng 120.000 tấn (chủ yếu là quả tươi).

Cụ thể, đối với thị trường nội địa, vải tươi sẽ được tiêu thụ rộng khắp tại các địa phương khu vực phía Bắc và các thành phố lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh, Huế, Đà Nẵng, TP HCM… và các tỉnh phía Nam. Thị trường phía Nam được đánh giá tiếp tục sẽ là khu vực thị trường tiêu thụ nội địa quan trọng, chiếm khoảng 60% tổng sản lượng tiêu thụ nội địa. Vải thiều miền Bắc sẽ được đẩy mạnh tiêu thụ tại các tỉnh phía Nam.

**3. Xuất khẩu**

Việt Nam đứng thứ 3 thế giới về sản lượng, chiếm khoảng 6% toàn cầu, nhưng trong khi hai nước sản xuất lớn nhất là Trung Quốc (chiếm 57%) và Ấn Độ (chiếm 24%) chủ yếu tiêu thụ trên thị trường nội địa thì Việt Nam xuất khẩu tới 40% sản lượng. Tuy nhiên, do xuất khẩu sang Trung Quốc chủ yếu qua cửa khẩu phụ và lối mở biên giới nên chưa có mặt trên bản đồ như một nhà xuất khẩu lớn về vải.

Khoảng 85% lượng xuất khẩu dưới dạng quả tươi, trong đó 90% sang thị trường Trung Quốc. 15% còn lại xuất khẩu vải được bảo quản bằng công nghệ cao, nước vải ép, vải sấy khô, vải đông lạnh đóng lọ, được xuất khẩu sang Nhật Bản, Hàn Quốc, Hoa Kỳ, EU...

Với dự báo nhu cầu trên thị trường thế giới, đặc biệt là Trung Quốc, sẽ còn tiếp tục tăng, trái vải còn nhiều cơ hội xuất khẩu, kể cả sang những thị trường khó tính.

**Năm 2015**, xuất khẩu vải thiều chiếm khoảng 40% tổng sản lượng, tương ứng 80.000 tấn (trong đó khoảng 85% là quả tươi, 15% là quả sấy khô và chế biến bóc cùi đông lạnh.

Đối với thị trường xuất khẩu, vải thiều sẽ chủ yếu được xuất khẩu sang các thị trường truyền thống như Trung Quốc, các nước ASEAN như Lào, Campuchia, Thái Lan, Singapore... và các nước châu Âu.

Bên cạnh đó, gần đây có tín hiệu tốt từ các thị trường Hoa Kỳ, Australia, Nhật Bản, Hàn Quốc. Trung Quốc hiện vẫn là thị trường xuất khẩu truyền thống quan trọng, chiếm khoảng 90% tổng sản lượng xuất khẩu. Năm 2015 với tổng sản lượng khoảng 200.000 tấn, vải thiều năm nay sẽ được tiêu thụ 40% nhờ xuất khẩu, trong đó khoảng 70.000 tấn hướng sang thị trường Trung Quốc.

**4. Những giải pháp đã thực hiện để thúc đẩy tiêu thụ nội địa**

**Nhìn lại năm 2014**, trước tình hình tiêu thụ quả vải gặp nhiều khó khăn, Bộ Công Thương bên cạnh các hoạt động thường niên, đã chủ trì, phối hợp với một số Bộ, ngành, địa phương, hiệp hội tổ chức nhiều hoạt động kết nối cung cầu nhằm thúc đẩy tiêu thụ quả vải trên thị trường trong nước. Trong đó, Bộ Công Thương đã chủ trì, phối hợp cùng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Ủy ban nhân Thành phố Hồ Chí Minh, tỉnh Bắc Giang và Hải Dương tổ chức Hội nghị vùng Đông - Tây Nam Bộ để kết nối, đẩy mạnh tiêu thụ vải thiều tại khu vực Thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh phía Nam.

Để hỗ trợ việc tiêu thụ vải thiều, Ngay từ đầu mùa vải 2014, Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn và UBND các tỉnh Bắc Giang, tỉnh Hải Dương đã triển khai một số biện pháp nhằm thúc đẩy tiêu thụ vải thiều trong và ngoài nước, cụ thể như: Chương trình xúc tiến thương mại; mô hình thí điểm tiêu thụ nông sản và cung ứng vật tư phục vụ sản xuất nông nghiệp; các hội nghị bàn biện pháp tiêu thụ vải thiều năm 2014; Tăng cường công tác an ninh, trật tự trên địa bàn cho thương nhân thu mua vải thiều; thực hiện các biện pháp phù hợp để ưu tiên đối với việc vận chuyển vải thiều, điều tiết kịp thời các phương tiện vận tải để tránh tình trạng ùn tắc hàng hóa; bảo đảm công tác vệ sinh môi trường…; Phối hợp với các địa phương biên giới có cửa khẩu XK vải thiều, như Lào Cai, Quảng Ninh, Lạng Sơn để chỉ đạo các đơn vị Hải quan, Biên phòng và Ban quản lý cửa khẩu triển khai đồng bộ các giải pháp nhằm đẩy nhanh thời gian thông quan hàng hóa; các cơ quan kiểm dịch tại khu vực cảng, cửa khẩu ưu tiên và tạo điều kiện thuận lợi trong công tác kiểm dịch thực vật đối với vải thiều XK.

Sự vào cuộc của Các cấp, ngành đã giúp cho việc tiêu thụ vải năm 2014 tương xứng với được mùa. Đã có các Hội nghị xúc tiến xuất khẩu, hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam.

Các hệ thống phân phối cũng nhanh chóng vào cuộc, trực tiếp tổ chức thu mua, đẩy nhanh khâu tiêu thụ. Chỉ riêng hệ thống Co.opmart đã tiêu thụ 400 tấn, Metro tiêu thụ khoảng 200 tấn, Big C cũng tiêu thụ một lượng lớn vải thiều so với cùng kỳ năm 2013.

Các cơ quan cửa khẩu làm thêm giờ, ngày nghỉ giải quyết nhanh thủ tục, tăng cường an ninh, trật tự, điều tiết kịp thời các phương tiện vận tải tránh ùn tắc trên tuyến đường dẫn đến cửa khẩu, bảo đảm vệ sinh môi trường.

Phó Chủ tịch UBND TP.HCM, bà Nguyễn Thị Hồng đã đề nghị các siêu thị, DN bán lẻ Việt Nam và FDI, các DN sản xuất, thu mua, phân phối, chế biến nông sản…, hợp tác xã chợ, Ban quản lý chợ, công ty kinh doanh chợ đầu mối tiêu thụ nông sản trên địa bàn TP.HCM và các tỉnh vùng Đông – Tây Nam Bộ nghiên cứu giải pháp, tăng cường kết nối nhằm đưa vải thiều vào hệ thống thương mại của TP.HCM. Bên cạnh đó, bà Nguyễn Thị Hồng kiến nghị Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cần thúc đẩy việc tìm kiếm thị trường, phát triển công nghệ bảo quản sau thu hoạch để bảo quản vải thiều được lâu hơn, đảm bảo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap nâng giá trị XK đối với loại trái cây đặc sản này.

Hiệp hội các nhà bán lẻ Việt Nam, Sở Công Thương Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Thừa Thiên Huế... thúc đẩy việc tiêu thụ quả vải tại các siêu thị, chợ đầu mối, chợ truyền thống. Sở Công Thương Bắc Giang, Hải Dương đã ký kết Biên bản thỏa thuận hợp tác tiêu thụ quả vải với 11 Sở Công Thương các tỉnh, thành phố thuộc vùng Đông - Tây Nam Bộ, đặc biệt là vào các siêu thị, chợ đầu mối của thành phố Hồ Chí Minh. Lượng tiêu thụ quả vải tại các chợ đầu mối Bình Điền, Hóc Môn và Thủ Đức (Thành phố Hồ Chí Minh) tăng từ khoảng 700 tấn/ngày lên trên 1.300 tấn/ngày. Riêng chợ Thủ Đức đã ký hợp đồng 100 triệu đồng. Các siêu thị Co-op Mart, Intimex, Vinatex, Ocean Mart, Big C, Lotte… đưa quả vải vào chuỗi phân phối của hệ thống, với nhiều hình thức khuyến mại.

Việc vào cuộc kịp thời của Bộ Công Thương phối hợp với các Bộ, ngành, Uỷ ban nhân dân các tỉnh, thành phố đã góp phần tích cực thúc đẩy tiêu thụ quả vải của Bắc Giang và Hải Dương tại thị trường trong nước, giảm áp lực cho việc xuất khẩu tiêu thụ quả vải thiều trong thời gian chính vụ. Với sự vào cuộc và nỗ lực của các Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp..., mùa vụ năm 2014, tổng sản lượng vải thiều tiêu thụ tại thị trường trong nước đạt 138.000 tấn, trong đó thị trường phía Nam 60.000 tấn, chiếm gần 43,5% lượng tiêu thụ nội địa.

Năm 2014 đánh dấu dòng chảy quả vải gia tăng mạnh vào thị trường TP.HCM và các tỉnh phía Nam, với 60.000 tấn được tiêu thụ tại các tỉnh, thành phía Nam, tương đương lượng vải xuất khẩu sang Trung Quốc năm 2013 nhưng giá bán lại cao hơn. Đó là kết quả nỗ lực của sự phối hợp giữa hai Bộ - Bộ Công Thương và Bộ NN-PTNT cùng với các tỉnh Bắc Giang, Hải Dương và TP HCM tổ chức xúc tiến thương mại mặt hàng vải thiều; UBND TP HCM ký kết hỗ trợ tiêu thụ mặt hàng đặc sản này.

Nhờ mở kênh tiêu thụ trong nước, nhất là đưa vào khu vực phía Nam, công tác tiêu thụ vải thiều năm 2014 đã diễn ra thuận lợi và thành công. Vải đã giữ được giá, tạo hiệu ứng tốt cho việc tiêu dùng sản phẩm trong nước nói chung và hoa quả Việt Nam nói riêng, góp phần hưởng ứng thiết thực Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” trong bối cảnh tình hình Biển Đông đang diễn biến phức tạp.

Thương vụ, Chi nhánh Thương vụ Việt Nam tại các quốc gia, vùng lãnh thổ tiếp tay các doanh nghiệp. “Tuần lễ các sản phẩm nông nghiệp” trong đó vải thiều Việt Nam là một điểm nhấn đã được tổ chức tại Singapore.

**Đối với niên vụ năm 2015**, trên cơ sở kết quả tích cực thu được từ việc tổ chức triển khai tiêu thụ quả vải trong năm 2014, năm 2015 Bộ Công Thương tiếp tục phối hợp cùng các Bộ, ngành, địa phương... tổ chức triển khai thực hiện các hoạt động nhằm thúc đẩy tiêu thụ trên thị trường trong nước cũng như xuất khẩu, trong đó tập trung vào một số hoạt động chính như sau:

+ Bộ Công Thương cùng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn sẽ chủ động phối hợp với các địa phương cung cấp thông tin thường xuyên, kịp thời về công tác sản xuất, tiêu thụ vải thiều năm 2015 trên các phương tiện thông tin đại chúng nhằm kết nối thúc đẩy tiêu thụ quả vải và nhằm thực hiện có hiệu quả “Cuộc vận động người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

+ Bộ Công Thương cùng Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn phối hợp chặt chẽ với Uỷ ban nhân dân tỉnh Bắc Giang chỉ đạo tổ chức Hội nghị nhằm tổ chức triển khai các giải pháp chủ yếu nhằm tiêu thụ vải thiều niên vụ 2015, dự kiến tổ chức tại tỉnh Bắc Giang ngày 11 tháng 5 năm 2015.

+ Bộ Công Thương sẽ phối hợp cùng Đoàn công tác của Uỷ ban nhân dân tỉnh Bắc Giang tổ chức làm việc với Uỷ ban nhân dân các tỉnh Lào Cai, Lạng Sơn, chính quyền một số địa phương phía Trung Quốc và các doanh nghiệp kinh doanh vải thiều của Việt Nam và Trung Quốc, dự kiến tổ chức tại tỉnh Lào Cai và tỉnh Lạng Sơn vào cuối tháng 5 năm 2015.

+ Cũng theo kế hoạch, Bộ Công Thương sẽ cùng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn và Uỷ ban nhân dân các tỉnh Bắc Giang, Hải Dương phối hợp với Uỷ ban nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức Hội nghị xúc tiến tiêu thụ quả vải thiều năm 2015 khu vực phía Nam, dự kiến tổ chức tại thành phố Hồ Chí Minh vào đầu tháng 6 năm 2015.

Với việc tổ chức triển khai các hoạt động cụ thể và phối hợp chặt chẽ giữa các Bộ, ngành, địa phương, doanh nghiệp như nêu trên, dự báo tình hình tiêu thụ năm nay sẽ tương đối thuận lợi và ổn định hơn so với các năm trước.

**Những giải pháp lâu dài**

Về lâu dài, các giải pháp nhằm tiêu thụ nông sản hàng hóa nói chung, Bộ Công Thương tiếp tục tập trung thực hiện theo các hướng chủ yếu như sau:

*Đối với việc phát triển thị trường xuất khẩu, tập trung theo các hướng trọng tâm gồm:*

*Thứ nhất, về công tác đàm phán và phát triển thị trường:*

Để tiếp tục mở rộng thị trường xuất khẩu cho các sản phẩm nông sản, chúng ta đang tiếp tục đàm phán một cách tích cực các hiệp định thương mại tự do như Hiệp định TPP, FTA với EU, Liên minh thuế quan, v.v… Các nội dung quan trọng của đàm phán đều được chúng ta cân nhắc và tính toán một cách cụ thể để đảm bảo hiệu quả cao nhất trong việc tận dụng được ưu thế của các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam trong quá trình mở cửa thị trường. Ví dụ như, nếu TPP và FTA với Liên minh thuế quan, FTA với EU đi vào thực hiện sẽ mở ra những cơ hội lớn cho nhiều sản phẩm hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam. Trong đó, nhiều mặt hàng nông - thủy sản, mặt hàng chế biến của Việt Nam gần như được đưa về mức thuế bằng 0% hoặc ở mức thấp để sau đó tiến tới bằng 0%, bên cạnh đó là việc dỡ bỏ các hàng rào phi thuế quan, tạo điều kiện thuận lợi để sản phẩm hàng hóa của các nước có thể tiếp cận thị trường của nhau một cách dễ dàng. Đây sẽ là cơ hội và điều kiện tốt để sản phẩm hàng hóa nói chung, sản phẩm nông sản của Việt Nam thâm nhập tốt hơn vào các thị trường quốc tế.

*Thứ hai, về công tác xúc tiến thương mại:*

Tiếp tục tập trung vào việc nâng cao và mở rộng hơn nữa các hoạt động về xúc tiến thương mại, đổi mới mô hình cũng như phương thức, nâng cao chất lượng của xúc tiến thương mại. Đặc biệt là tiếp tục nâng cao hơn nữa tính chủ động và vai trò của doanh nghiệp trong quá trình tham gia các chương trình xúc tiến thương mại. Khai thác tối đa các chương trình xúc tiến thương mại để tạo ra hiệu ứng kích thích, tạo ra vai trò lớn hơn của doanh nghiệp trong việc tham gia các hoạt động xúc tiến thương mại. Gắn các hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, thâm nhập thị trường thông qua liên kết với các hệ thống phân phối và đầu mối tiêu thụ hàng hóa chủ yếu tại thị trường nước ngoài.

*Thứ ba, về công tác cung cấp thông tin:*

+ Tăng cường cập nhật, theo dõi và cung cấp thông tin về diễn biến tình hình sản xuất, sản lượng, tồn kho, chính sách và nhu cầu xuất nhập khẩu hàng hóa nói chung và các mặt hàng nông, lâm, thủy sản nói riêng tại các thị trường.

+ Đẩy mạnh thực hiện công tác tuyên truyền, phổ biến tới các Hiệp hội ngành hàng và doanh nghiệp về các Hiệp định thương mại tự do mà Việt Nam đã ký kết, các quy định về vệ sinh an toàn thực phẩm, quản lý chất lượng cũng như các hàng rào kỹ thuật và thương mại của thị trường nhập khẩu để tận dụng tối đa các ưu đãi hoặc kịp thời ứng phó khi có rào cản phát sinh.

+ Giới thiệu danh sách Doanh nghiệp xuất khẩu uy tín của Việt Nam đến các đối tác nước ngoài, góp phần giới thiệu và kết nối thông tin giúp các doanh nghiệp.

*Thứ tư, về tháo gỡ rào cản kỹ thuật, thương mại:*

+ Theo dõi sát, nắm bắt diễn biến phát sinh các rào cản thương mại (bảo hộ mậu dịch, chống bán phá giá, chống trợ cấp...) tại các thị trường nhập khẩu, từ đó đề xuất các phương án đấu tranh hiệu quả đối với các rào cản không phù hợp đối với hàng hóa của Việt Nam.

+ Rà soát và tích cực đẩy nhanh quá trình đàm phán các hiệp định về sự phù hợp và công nhận lẫn nhau đối với nhóm hàng nông, lâm, thủy sản giữa Việt Nam và các nước.

*Đối với phát triển thị trường trong nước, tập trung theo các hướng trọng tâm gồm:*

*Thứ nhất*, tiếp tục tổ chức triển khai các hoạt động kết nối cung - cầu để kết nối giữa vùng sản xuất nông sản, thủy sản với hệ thống phân phối. Gắn kết việc tạo nguồn hàng ổn định thông qua Chương trình Bình ổn thị trường và Cuộc vận động “Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam” với Đề án “Phát triển thị trường trong nước gắn với Cuộc vận động Người Việt Nam ưu tiên dùng hàng Việt Nam”.

*Thứ hai*, thực hiện tổng kết để xem xét, nhân rộng mô hình tiêu thụ nông sản, cung ứng vật tư nông nghiệp theo Quyết định số 23/QĐ-TTg ngày 06 tháng 01 năm 2010 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Phát triển thương mại nông thôn giai đoạn 2010 - 2015 và định hướng đến năm 2020”.

*Thứ ba*, phối hợp chặt chẽ với Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn triển khai Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25 tháng 10 năm 2013 của Thủ tướng Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn để vừa thúc đẩy sản xuất nông nghiệp, vừa phát triển các hoạt động hỗ trợ và phát triển thị trường”.

*Thứ tư,* triển khai chương trình xúc tiến thương mại quốc gia, đẩy mạnh công tác tuyên truyền, quảng bá, giới thiệu các sản phẩm nông sản, thủy sản có chất lượng và bảo đảm an toàn thực phẩm của các doanh nghiệp sản xuất, chế biến, hộ nuôi trồng trong nước đến các nhà phân phối (hệ thống siêu thị, chuỗi các cửa hàng cung cấp sản phẩm nông sản, thủy sản và các chợ đầu mối, các chợ dân sinh kinh doanh nông sản, thủy sản).

**Bắc Giang nỗ lực xúc tiến thương mại vải thiều**

Tỉnh Bắc Giang là "thủ phủ" của vải thiều. Tìm đầu ra cho vải thiều vẫn luôn là bài toán thường trực hằng năm của các cơ quan chức năng để giúp vải thiều thực sự trở thành hướng phát triển kinh tế bền vững của người nông dân.

***Đầu tư cho sản xuất để giữ vững và mở rộng thị trường***

Năm 2015, Bắc Giang có tổng diện tích trồng vải khoảng 32 nghìn ha, sản lượng toàn tỉnh ước đạt hơn 150 nghìn tấn quả tươi, thấp hơn so với năm 2014 khoảng 30 nghìn tấn. Dự báo sẽ được tiêu thụ nội địa khoảng 60%, tương ứng khoảng 90 nghìn tấn, xuất khẩu khoảng 40%, tương ứng 60 nghìn tấn.

Năm nay Bắc Giang mở rộng vùng sản xuất đạt tiêu chuẩn Viet GAP, Global GAP; đẩy mạnh tuyên truyền, quảng bá vải thiều; đồng thời, thống nhất giữa các doanh nghiệp, hộ trồng vải về sản lượng, chất lượng, giá cả, tránh hiện tượng “được mùa rớt giá” như mọi năm.

Thị trường nội địa tiêu thụ vải tươi được xác định rộng khắp toàn quốc, trong đó, chủ yếu tại các tỉnh phía bắc, các thành phố lớn như Hà Nội, Huế, Đà Nẵng, TP Hồ Chí Minh … Các thị trường xuất khẩu truyền thống như; Trung Quốc, các nước ASEAN như Lào, Campuchia, Thái Lan, Singapore... Trong đó, Trung Quốc là thị trường xuất khẩu truyền thống quan trọng của vải thiều Bắc Giang, chiếm khoảng 90% tổng sản lượng xuất khẩu.

Để đáp ứng tiêu chuẩn chất lượng xuất khẩu sang các thị trường "khó tính" đạt giá trị kinh tế cao như thị trường Mỹ, Pháp, Nhật Bản, các nước EU...Các cơ quan chuyên môn tỉnh Bắc Giang đã triển khai sản xuất vải theo tiêu chuẩn VietGAP tại huyện Lục Ngạn với quy mô trên 100 ha, sản lượng khoảng gần một nghìn tấn. Đăng ký mã vùng trồng vải, cấp mã vạch sản xuất vải GlobalGAP cho 109 hộ ở ba thôn: Kép 1, Ngọt và Phương Sơn, xã Hồng Giang (Lục Ngạn) nhằm sản xuất vải thiều chất lượng tốt nhất đáp ứng được mọi yêu cầu khắt khe của các thị trường trái cây trên thế giới.

Sở Khoa học Công nghệ, Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Bắc Giang phối hợp với các địa phương tư vấn, hỗ trợ các tổ chức và nhân dân sản xuất, thu hoạch theo quy trình an toàn sinh học; khuyến khích, mở rộng canh tác theo tiêu chuẩn VIETGAP; Global Gap áp dụng khoa học tiến tiến vào quá trình sản xuất, bảo quản vải thiều. Đồng thời cơ quan chức năng trong tỉnh cũng tăng cường công tác quản lý nhà nước về vật tư kỹ thuật nông nghiệp và hóa chất bảo quản vải thiều bảo đảm đạt chất lượng theo quy định. Thường xuyên kiểm tra, giám sát nắm tình hình sinh trưởng và sâu bệnh để có biện pháp xử lý kịp thời.

Đồng thời Bắc Giang cũng đã lựa chọn áp dụng công nghệ hiện đại, giá cả hợp lý vào bảo quản, chế biến, đóng gói nhằm nâng cao chất lượng và kéo dài thời gian tiêu thụ vải thiều. Hình thành và phát triển chuỗi liên kết chặt chẽ trong sản xuất, bảo quản chế biến và tiêu thụ vải thiều. Đa dạng hóa các hình thức xúc tiến thương mại, tích cực thâm nhập và nắm bắt thông tin giữ vững thị trường xuất khẩu truyền thống, từng bước tiếp cận, khơi thông, mở rộng sang các thị trường mới, cao cấp như thị trường Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc...

Qua những năm đầu tư cho cây vài thiều cả về chất và lượng, đến nay sản phẩm "Vải thiều Lục Ngạn" và "Vải sớm Phúc Hòa" đã được nhà nước bảo hộ, cấp văn bằng chỉ dẫn địa lý. Qua đó, vải thiều sẽ được đóng gói vào các thùng, túi có nhãn mác, mã vạch và bán rộng rãi trên thị trường. Công tác quản lý việc sử dụng nhãn hiệu theo quy chế cần được kiểm soát chặt chẽ từ khâu sản xuất, đóng gói đến khâu tiêu thụ sản phẩm đến tay người tiêu dùng.

***Xúc tiến xuất khẩu***

Nhằm đẩy mạnh xuất khẩu vải thiều, nhất là các các thị trường mới, như Mỹ, Nhật Bản, Hàn Quốc… tỉnh Bắc Giang đã xây dựng kế hoạch xúc tiến xuất xuất khẩu vải thiều năm 2015 và những năm tiếp theo. Mục tiêu năm 2015, sẽ xuất thử nghiệm những lô vải thiều tươi đầu tiên vào thị trường như Mỹ, Pháp, Australia, Nhật Bản, Hàn Quốc...Đây sẽ là tiền đề quan trọng để vải thiều Bắc Giang mở rộng thị trường xuất khẩu, nâng cao giá trị thương hiệu, giá trị kinh tế quả vải thiều, đồng thời tránh phụ thuộc vào các thị trường xuất khẩu truyền thống.

Từ đầu năm, tỉnh Bắc Giang cũng đã chủ động tìm kiếm thị trường trong nước.

**Ngày 11/5**, UBND tỉnh Bắc Giang đã tổ chức hội nghị bàn biện pháp tiêu thụ và xuất khẩu vải thiều với sự tham gia của các bộ, ngành, doanh nghiệp (DN) và đại diện hàng trăm hộ dân trên địa bàn huyện Lục Ngạn.

**Ngày 14/5** tại thành phố Lào Cai, Ủy ban Nhân dân tỉnh Bắc Giang phối hợp với Ủy ban Nhân dân tỉnh Lào Cai và chính quyền nhân dân huyện Hà Khẩu, tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) tổ chức hội nghị bàn biện pháp tiêu thụ vải thiều năm 2015.

Tại hội nghị này, hai tỉnh Lào Cai và Bắc Giang cam kết sẽ tạo mọi điều kiện thuận lợi để tiêu thụ vải thiều cho người nông dân đạt kết quả tốt nhất. Phía huyện Hà Khẩu, tỉnh Vân Nam (Trung Quốc) cũng cam kết sẽ tạo mọi điều kiện để quả vải Việt Nam nhập vào thị trường nhanh và nhiều nhất, không gây phiền phức cho doanh nghiệp và người mua bán. Đồng thời, tạo mặt bằng tập kết hàng hóa thuận lợi để các thương nhân mua bán trao đổi hàng hóa theo luật pháp của hai nước.

Tại hội nghị, Phó Chủ tịch Ủy ban Nhân dân tỉnh Bắc Giang Bùi Văn Hạnh cam kết sẽ chỉ đạo các đơn vị liên quan tập trung cao công tác chăm sóc, giám sát quy trình để đảm bảo an toàn thực phẩm; tăng cường công tác kiểm tra, ngăn chặn, chấn chỉnh và xử lý nghiêm tình trạng gian lận và tự ý tăng giá quá nhiều đối với các loại vật tư phục vụ việc tiêu thụ vải.

**Sáng 21/5**, lãnh đạo tỉnh Bắc Giang và tỉnh Lạng Sơn đã phối hợp tổ chức Hội nghị xúc tiến xuất khẩu vải thiều sang Trung Quốc tại tỉnh biên giới Lạng Sơn, nhằm tìm đầu ra ổn định cho vải thiều trước khi vào chính vụ thu hoạch.

Có mặt tại hội nghị này cùng đại diện lãnh đạo các ngành hữu quan và gần 20 doanh nhân Trung Quốc, bà Chu Bình, Phó thị trưởng thị trấn Bằng Tường (Trung Quốc) cam kết sẽ chỉ đạo các ngành chức năng đang làm việc tại cửa khẩu biên giới giáp với Lạng Sơn giảm thủ tục xuất nhập khẩu, tăng thêm giờ làm việc, đảm bảo giao thông thông suốt trong quá trình tiêu thụ vải thiều của VN sắp tới.

Bà Chu Bình cũng đề nghị hai bên cần phối hợp chặt chẽ hơn nữa trong việc trao đổi thông tin, cùng nhau xử lý khi có các tình huống xấu xảy ra, tránh tình trạng ách tắc hàng nông sản tại cửa khẩu Lạng Sơn như mới đây.

Theo báo cáo của lãnh đạo tỉnh Lạng Sơn, chợ biên giới Pò Chài (Quảng Tây - Trung Quốc) và chợ Tân Thanh (Lạng Sơn - VN) là nơi giao dịch mạnh hoa quả tươi từ VN, trong đó vải thiều chiếm 95% sản lượng xuất khẩu. Phía bạn đã xây dựng và mới hoàn thành Khu kiểm soát Hải quan Khả Phong tại Khu kinh tế Pò Chài - Lũng Nghịu, vậy nên nỗi lo bến bãi, sang tải hàng hóa đã được giải tỏa.

Đại diện lãnh đạo tỉnh Lạng Sơn thông tin thêm, tỉnh đã đầu tư, nâng cấp cơ sở hạ tầng các khu vực cửa khẩu. Các ngành chức năng làm nhiệm vụ tại biên giới được tăng cường, sẵn sàng làm thêm giờ, giảm những thủ tục hành chính không cần thiết để vải thiều VN xuất bán sang Trung Quốc được thuận buồm, xuôi gió.

**Tháng 6/2015** lãnh đạo tỉnh Bắc Giangsẽ tổ chức “tiếp thị” cho vải thiều ở TP.HCM.

***Còn nhiều khó khăn***

Được biết, diện tích vải thiều tỉnh Bắc Giang thuyên giảm là do người dân ở vùng cao đã chặt hạ cây vải để thay thế bằng cây trồng khác với nhiều nguyên nhân như năng suất, chất lượng không bảo đảm, giá thành vận chuyển bị đội lên do ở địa bàn vùng sâu, vùng xa. Hiện nay, việc tiêu thụ vải thiều tươi trong nội địa (chiếm 60% tổng sản lượng) khó có thể tăng thêm trong khi việc chế biến các sản phẩm từ vải thiều vẫn chưa đạt được sản lượng như mong muốn.

Thị trường xuất khẩu vải thiều lại phụ thuộc nhiều vào thị trường truyền thống là Trung Quốc (chiếm khoảng 90% sản lượng xuất khẩu). Việc mở rộng các thị trường xuất khẩu khác gặp rất nhiều khó khăn về bảo quản, vận chuyển và chất lượng, trong những năm tiếp theo sản lượng xuất khẩu sang các thị trường này vẫn chưa thể tăng mạnh.

Mặt khác cơ sở hạ tầng giao thông của Bắc Giang vẫn còn nhiều bất cập, gây khó khăn cho công tác tiêu thụ vải, tình trạng ùn tắc giao thông xảy ra trong những ngày cao điểm thu hoạch vải. Công tác xuất khẩu vải thiều tại một số cửa khẩu vẫn chưa được thông suốt cho nên xảy ra tình trạng ùn tắc xe trở vải thiều tại cửa khẩu. Vải thiều Bắc Giang nói chung và vải thiều Lục Ngạn nói riêng vẫn có sự chênh lệch về chất lượng cho nên xảy ra tình trạng giá vải có sự chênh lệch, tình trạng người dân bán vải bị ép giá, cân thiếu vẫn xảy ra trong mùa thu hoạch. Tình trạng các thương nhân kinh doanh vải thiều không thông qua hợp đồng với đối tác, bị động vẫn còn diễn ra phổ biến tiềm ẩn nhiều rủi ro.

Các thương nhân kinh doanh vải mong muốn các cơ quan chức năng quản lý chặt chẽ dịch vụ ăn theo mùa vải thiều như nước đá, hộp xốp, túi bóng, xọt tre... Vào chính vụ giá của các mặt hàng này tăng cao đột biến, thùng xốp đựng vải giá ngày thường từ 35-40 nghìn đồng/chiếc, vào vụ thu hoạch vải bị đội giá lên gấp đôi. Theo đó là các dịch vụ đóng gói, vận chuyển cũng tăng cao nên giá bán vải thiều tại vườn của người nông dân phải xuống thấp hơn, ảnh hưởng trực tiếp đến lợi ích của người nông dân.

**III.            NHỮNG TỒN TẠI CẦN KHẮC PHỤC ĐỂ MỞ RỘNG HƠN CÁNH CỬA XUẤT KHẨU TRÁI VẢI**

Cần nghiên cứu cơ cấu lại giống vải để thời gian thu hoạch kéo dài hơn. Hiện phần lớn diện tích trồng chủ yếu bằng giống vải thiều Thanh Hà, chiếm trên 95% là giống chính vụ, chín tập trung từ tháng 6 - 7 (là các tháng nóng nhất, có nhiệt độ cao nhất trong năm) nên chín nhanh, chín đồng loạt, có thời gian thu hoạch ngắn (20 - 25 ngày) gây trở ngại rất lớn cho việc thu hoạch, bảo quản, chế biến và tiêu thụ. Trong những năm tới viện tập trung nghiên cứu, tuyển chọn để đưa ra một số giống vải chín muộn bổ sung vào cơ cấu giống cho SX đại trà. Cụ thể phục vụ SX 10 - 15% giống chín sớm, 70 - 75% giống chính vụ, 10 - 15% giống chín muộn để có thời gian thu hoạch vải từ 40 - 60 ngày.

Quả vải thiều tươi khó bảo quản, dễ hư hỏng. Cần nghiên cứu tìm ra phương thức bảo quản trái vải để không chỉ vận chuyển vào miền Nam mà còn sang những thị trường lân cận như Trung Quốc, Lào… mà vẫn giữ được giá trị cao.

Cần tăng cường công tác thông tin về thị trường tiêu thụ quả vải.

Cần phát triển ngành chế biến, tăng cường đầu tư cho các nhà máy chế biến góp phần giải quyết khâu tiêu thụ vải tươi một cách nhanh nhất, xây dựng thêm các nhà máy bảo quản, đóng gói, chế biến mới tại các vùng trồng vải có diện tích, sản lượng lớn. Khuyến khích các tổ chức, cá nhân thu mua vải tươi để sấy khô vào những thời kỳ vải “được mùa, rớt giá” làm mặt hàng dự trữ xuất khẩu vừa hạn chế tổn thất, vừa giúp người trồng vải đỡ thiệt thòi.

Cần nhân rộng mô hình sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP để mở rộng thị trường xuất khẩu vải sang những thị trường khó tính.

***Theo Vinanet***