

Xuất khẩu Hồ tiêu 8 tháng năm 2021: Lượng xuất khẩu đạt gần 200.000 tấn

Lũy tiến từ đầu năm đến hết tháng 8/2021, Việt Nam đã XK được 197.766 tấn kim ngạch đạt 657,8 triệu USD, so với cùng kỳ năm 2020 lượng XK giảm 2% tuy nhiên kim ngạch tăng 48,3%. NK của châu Mỹ tăng 15% trong đó Mỹ là thị trường NK lớn nhất đạt 43.555 tấn, tăng 15,2% so cùng kỳ. NK cũng tăng ở các thị trường Canada, Guatemala, El Salvador,... Ở khu vực châu Âu, NK tăng 4,4%, đứng đầu là thị trường Đức: 8.377 tấn, tăng 5,6%; Hà Lan 6.247 tấn, tăng 13%; Anh: 4.235 tấn, tăng 10,8%,... NK cũng tăng ở Pháp, Ireland, Thổ Nhĩ Kỳ, Ý,... nhưng giảm ở Ba Lan, Tây Ban Nha, Ucraina, Israel,....

Trong khi đó, tại khu vực châu Á NK của châu Á giảm 6,3% trong đó NK của Trung Quốc giảm 8% đạt 35.444 tấn. NK của Ả Rập tăng mạnh 58,2% đạt 12.727 tấn và tiếp tục là thị trường NK Hồ tiêu lớn thứ 2 tại châu Á. NK của Ấn Độ 10.280 tấn, tăng 3,6%; Pakistan: 9.297 tấn, tăng 15%; Philippine, Hàn Quốc, Thái Lan, Nhật Bản,... là các nước có lượng NK giảm. Khu vực châu Phi nhập khẩu giảm 32,8% trong đó Ai Cập giảm 41,2% đạt 4.340 tấn. NK cũng giảm ở Senegal, Gambia, Tunisia,... và tăng ở Nam Phi, Mauritania, Ghana,... Các nước NK tiêu trắng hàng

đầu: Đức: 3.872 tấn, Mỹ: 3.044 tấn, Trung Quốc: 2.329 tấn, Hà Lan: 2.115 tấn, Thái Lan: 1.088 tấn,...

Đứng đầu XK Hồ tiêu 8 tháng năm 2021 tiếp tục là công ty Trần Châu với lượng XK đạt 18.106 tấn, giảm 11% so với cùng kỳ. Tiếp theo là các DN Olam: 16.318 tấn, tăng 6,1%; Tiếp theo là các doanh nghiệp: Nedspice: 12.803 tấn, tăng 12,1%; Phúc Sinh: 12.435 tấn, giảm 20,8%; Haprosimex JSC: 9.438 tấn, giảm 7,9%; Liên Thành: 8.038 tấn, tăng 45,7%,... Các doanh nghiệp xuất khẩu tiêu trắng hàng đầu: Olam: 2.962 tấn; Nedspice: 2.566 tấn; Liên Thành: 2.199 tấn, Trần Châu: 1.780 tấn, Phúc Sinh: 1.254 tấn, Hoàng Gia Luân: 1.182 tấn,...

Việt Nam NK 19.272 tấn, trong đó tiêu đen đạt 14.159 tấn, tiêu trắng đạt 5.113 tấn, so với cùng kỳ 2020 lượng NK giảm 0,3%. Trong đó Olam nhập khẩu đạt 8.548 tấn, chiếm 44,4% tổng lượng NK. Tiếp theo là các DN Harris Freeman: 1.914 tấn, Gia vị Sơn Hà: 1.742 tấn, KSS Việt Nam: 1.368 tấn, Vinh Hưng: 1.017 tấn,... Indonesia tăng 0,9%, Brazil giảm 21,7% và Cambodia tăng 79,7%. Indonesia cũng là quốc gia XK tiêu trắng chủ yếu sang Việt Nam đạt 5.047 tấn.

So sánh 30 DN XK Hồ tiêu hàng đầu Việt Nam

đơn vị: tấn

Stt	Doanh nghiệp	8 tháng 2019	8 tháng 2020	8 tháng 2021	% +/- 21/20
1	Pearl Group	23.663	20.351	18.106	-11,0
2	Olam Việt Nam	12.913	15.383	16.318	6,1
3	Nedspice	10.415	11.426	12.803	12,1
4	Phúc Sinh	14.800	15.701	12.435	-20,8
5	Haprosimex JSC	10.318	10.242	9.438	-7,9
6	Liên Thành	6.669	5.516	8.038	45,7
7	Hoàng Gia Luân	4.271	4.591	5.691	24,0
8	Gia vị Sơn Hà	4.392	4.975	5.579	12,1
9	Harris Freeman	3.995	4.099	5.133	25,2
10	Interserco VCI			4.985	100,0
11	Intimex Group	3.702	3.169	4.796	51,3
12	Unispice	4.031	3.481	4.377	25,7
13	Vũ Đức Thuận			4.014	100,0
14	Nam Thịnh Phát		3.614	3.856	6,7
15	DK Commodity	4.486	5.348	3.830	-28,4
16	Sinh Lộc Phát	5.712	6.698	3.766	-43,8
17	Simexco Đắk Lắk	3.902	3.978	3.538	-11,1
18	Ptexim Corp	2.483	2.638	3.500	32,7
19	Hoàng Duy Tôn	57	188	3.340	1.676,6
20	Pitco	1.895	1.681	3.164	88,2
21	Phạm Thị Hằng		738	3.122	323,0
22	Expo Commodities	2.700	1.402	3.110	121,8
23	Phúc Lợi	2.742	2.752	3.071	11,6
24	Trần Huy Toàn		4.575	2.941	-35,7
25	Prosi Thăng Long	1.730	2.323	2.321	-0,1
26	Synthite Việt Nam	2.191	2.180	2.191	0,5
27	Lý Hoàng Sơn	281	8.019	2.189	-72,7
28	Quân Giang		1.143	1.991	74,2
29	Hanfimex	4.274	2.825	1.965	-30,4
30	Ottogi Việt Nam	2.160	2.040	1.896	-7,1

So sánh 30 TT NK Hồ tiêu hàng đầu

đơn vị: tấn

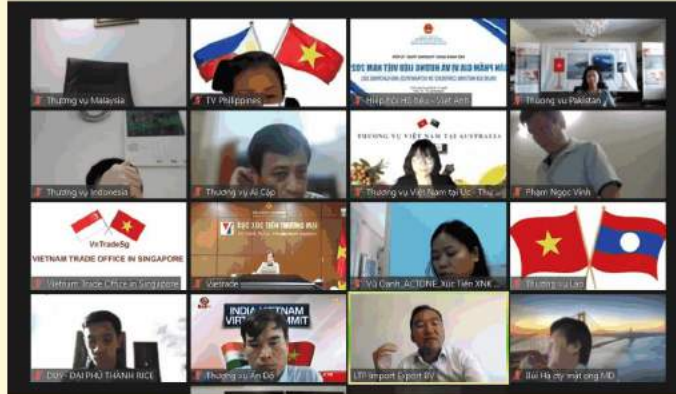
Stt	Thị trường	8 tháng 2019	8 tháng 2020	8 tháng 2021	% +/- 21/20
1	America	35.031	37.801	43.555	15,2
2	China	53.053	38.509	35.444	-8,0
3	United Arab	8.240	8.046	12.727	58,2
4	India	16.580	9.921	10.280	3,6
5	Pakistan	8.657	8.082	9.297	15,0
6	Germany	8.459	7.935	8.377	5,6
7	Netherlands	6.014	5.530	6.247	13,0
8	Egypt	5.813	7.382	4.340	-41,2
9	England	3.244	3.822	4.235	10,8
10	Philippine	4.179	4.597	4.212	-8,4
11	Korea	3.873	4.420	4.168	-5,7
12	Russia	3.846	4.016	4.034	0,4
13	France	2.032	2.717	3.718	36,8
14	Ireland	5.654	3.238	3.632	12,2
15	Turkey	3.973	2.656	3.388	27,6
16	Thailand	5.236	4.075	3.024	-25,8
17	Iran	4.304	2.422	2.925	20,8
18	Canada	1.828	1.891	2.372	25,4
19	Japan	2.120	2.451	2.265	-7,6
20	South Africa	2.328	1.853	1.892	2,1
21	Poland	1.891	2.493	1.856	-25,6
22	Spain	1.818	2.037	1.817	-10,8
23	Saudi Arabia	2.698	2.386	1.788	-25,1
24	Australia	1.273	1.393	1.753	25,8
25	Papua New Guinea	58	686	1.380	101,2
26	Bangladesh	758	1.311	1.279	-2,4
27	Senegal	2.292	1.903	1.191	-37,4
28	Taiwan	881	814	1.083	33,0
29	Ukraine	1.345	1.262	1.080	-14,4
30	Malaysia	1.343	835	994	19,0



Góp phần chấp cánh cho gia vị, hương liệu Việt bay xa

Ngày 8-9/9/2021, Cục Xúc tiến thương mại (XTTM – Bộ Công Thương) phối hợp với các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài tổ chức Hội nghị giao thương trực tuyến sản phẩm gia vị và hương liệu Việt Nam 2021.

Sự kiện nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp Việt Nam gặp gỡ, trao đổi với các đối tác nước ngoài để quảng bá, giới thiệu sản phẩm gia vị, hương liệu của Việt Nam, tìm kiếm đối tác, mở rộng cơ hội hợp tác kinh doanh.



Thị trường lớn, nguồn cung dồi dào

Giới thiệu về thế mạnh của gia vị, hương liệu Việt Nam, ông Lê Hoàng Tài, Phó Cục trưởng Cục XTTM cho biết, với lợi thế địa lý trải dài trên nhiều vùng khí hậu, thổ nhưỡng khác nhau, Việt Nam có sự đa dạng sinh học rất khác biệt để tạo ra được những sản phẩm nông sản gồm các loại gia vị và hương liệu có những hương vị cũng như chất lượng rất đặc trưng khác biệt với những sản phẩm cùng loại trên thế giới.

Sản xuất và xuất khẩu gia vị, hương liệu nói chung có ý nghĩa lớn đối với nền kinh tế và xu hướng xuất khẩu của Việt Nam. Ngành nông nghiệp và công nghiệp sản xuất gia vị và hương liệu của Việt Nam đang trải qua giai đoạn chuyển đổi ấn tượng, đưa Việt Nam trở thành nguồn cung gia vị và hương liệu quan trọng cho thị trường thế giới.

Trong số các loại gia vị của Việt Nam thì hạt tiêu đã rất nổi tiếng trên thị trường thế giới và chiếm tỷ trọng kim ngạch xuất khẩu cao nhất. Hiện nay, nhu cầu nhập khẩu hạt tiêu và nhiều loại gia vị, hương liệu khác của thế giới đang tăng trong khi một số nguồn cung giảm lượng xuất khẩu do những bất cập gây ra từ đại dịch Covid 19, chi phí logistics tăng vọt.

Ông Lê Đức Huy, Ủy viên BCH Hiệp hội Hồ tiêu Việt Nam, Tổng Giám đốc Công ty TNHH MTV Xuất nhập khẩu 2 tháng 9 cũng cho biết, hiện nay, Việt Nam đang duy trì diện tích hồ tiêu là 130.000ha với sản lượng 180.000 tấn/năm.

Dù dịch Covid-19 gây ra nhiều khó khăn nhưng xuất khẩu hạt tiêu của Việt Nam vẫn ổn định. Đến nay, hạt tiêu Việt Nam đã có mặt tại 110 quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Khối lượng hạt tiêu Việt Nam xuất khẩu hiện chiếm 60% hạt tiêu xuất khẩu trên thế giới. Cùng với số lượng, chất lượng hạt tiêu của Việt Nam cũng được cải thiện và sản phẩm phong phú với tiêu đen, tiêu xanh, tiêu trắng, tiêu bột, tiêu ngâm dấm...

Phân tích về tiềm năng thị trường thế giới, trong đó có thị trường Ấn Độ với gia vị, hương liệu của Việt Nam, ông Bùi Trung Thượng, Tham tán thương mại Việt Nam tại Ấn Độ cho biết, sản lượng gia vị của Ấn Độ đạt khoảng 3 triệu tấn mỗi năm. Gia vị cũng là sản phẩm xuất khẩu tỷ đô (đạt 3,7 tỷ USD trong năm 2020) của nước này. Tuy nhiên, Ấn Độ cũng nhập khẩu nhiều gia vị, trong đó có hồ tiêu. Cụ thể, kim ngạch nhập khẩu hương liệu, gia vị hàng năm của Ấn Độ đạt 1,4 tỷ USD,

trong đó nhập khẩu hạt tiêu đạt 120 triệu USD và nhập khẩu hạt tiêu từ Việt Nam đạt 25-30 triệu USD. Bên cạnh hạt tiêu, Ấn Độ còn rất nhiều tiềm năng với quế, hồi...

Tương tự với thị trường Ả-rập Xê-út, ông Trần Trọng Kim, Phụ trách Thương vụ Việt Nam tại Ả-rập Xê-út cũng chia sẻ, thị trường này tiêu thụ rất nhiều loại gia vị khác nhau, hầu hết là nhập khẩu từ nước ngoài trong đó có Việt Nam. Thói quen mua sắm nhiều và thường xuyên của người Ả-rập là một điểm thuận lợi cho các nước xuất khẩu hàng hóa vào thị trường bao gồm cả Việt Nam.

Các loại thảo mộc, gia vị như quế, hồi, đinh hương, nhục đậu khấu, hạt tiêu và nhiều loại khác được thêm vào tất cả các món ăn. Các sản phẩm khác bao gồm gia vị muối, tiêu, hỗn hợp gia vị, ớt bột, nghệ, gừng...

Đẩy mạnh đưa gia vị, hương liệu Việt ra thế giới

Theo ông Lê Hoàng Tài, những năm vừa qua, thông qua đa dạng các hoạt động xúc tiến thương mại và hỗ trợ kỹ thuật, các đối tác nhập khẩu, các nhà phân phối bán buôn, bán lẻ cũng như người dân nhiều khu vực trên thế giới đã có cái nhìn khác đối với quá trình hiện đại hóa và đổi mới của ngành gia vị và hương liệu của Việt Nam. Các doanh nghiệp xuất khẩu gia vị và hương liệu của Việt Nam đang ngày càng đáp ứng tốt hơn các yêu cầu, đòi hỏi khắt khe của các đối tác nước ngoài, có khả năng cung ứng các sản phẩm có giá trị gia tăng cao, chất lượng tốt và an toàn cho nhiều nhà nhập khẩu hàng đầu và các kênh phân phối cao cấp tại nhiều khu vực trên thế giới.

Ông Lê Hoàng Tài cho rằng, để có ưu thế cạnh tranh trên thị trường gia vị và hương liệu trên thế giới, sau khi Việt Nam kiểm soát ổn thỏa tình hình dịch bệnh Covid 19, các địa phương và doanh nghiệp cần có kế hoạch khôi phục sản xuất, ứng dụng các công nghệ tiên tiến phục vụ chế biến, phát triển đa dạng loại hình sản phẩm, tận dụng ưu đãi từ các Hiệp định thương mại tự do thế hệ mới Việt Nam đã tham gia gần đây để thúc đẩy xuất khẩu.

Về phần mình, Cục XTTM đã, đang và sẽ tiếp tục hết sức chú trọng, cùng sự đồng hành tích cực, hiệu quả của các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài tổ chức nhiều hoạt động kết nối giao thương cho các doanh nghiệp cung cấp gia vị Việt Nam với các nhà nhập khẩu từ nhiều nước trên thế giới.

Để gia vị, hương liệu của Việt Nam xuất khẩu thành công ra thế giới nói chung và Ấn Độ nói riêng, ông Bùi Trung Thượng khuyến nghị, các doanh nghiệp cần áp dụng khoa học công nghệ, có thể nghiên cứu phát triển sản phẩm ví dụ nhiều loại nguyên liệu gia vị trộn thành 1 loại gia vị với hương vị đặc trưng. Doanh nghiệp cũng cần tìm hiểu hương vị của các nước để làm ra những sản phẩm đáp ứng được thị hiếu của thị trường này, tạo sự cạnh tranh với sản phẩm cùng loại của các nước khác...

Ông Trần Trọng Kim lưu ý thêm cho các doanh nghiệp, vật liệu đóng gói chính cho các loại thảo mộc, gia vị và gia vị ở Ả-rập Xê-út nên là thủy tinh, bao bì linh hoạt, giấy và bìa, nhựa cứng và các loại khác. Các thùng đóng gói có nhiều loại khác nhau như lọ, chai, túi / gói, bồn, hộp, túi và ống.

Đối với thị trường Châu Âu, ông Phạm Văn Hiến, Giám đốc Công ty LTP Import Export B.V Hà Lan chia sẻ, để gia vị Việt thâm nhập vào thị trường Châu Âu, các doanh nghiệp cần nghiên cứu kỹ thị trường khối này. Nếu các công ty chưa có phòng nghiên cứu thị trường thì có thể tham gia hội chợ như Anuga của Đức để quảng bá sản phẩm, tham khảo thông tin trên trang website của các hiệp hội, ngành nghề Châu Âu.

Theo Cục XTTM



Chính phủ ra nghị quyết “vực dậy” doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh

Ngày 9/9/2021, Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 105/NQ-CP với nhiều nội dung quan trọng và có ý nghĩa nhằm hỗ trợ tháo gỡ kịp thời các khó khăn, vướng mắc, điểm nghẽn cản trở hoạt động sản xuất, kinh doanh, giảm thiểu tối đa số DN, HTX, hộ kinh doanh tạm ngừng hoạt động, giải thể, phá sản do tác động bởi dịch bệnh COVID-19. Những nội dung đáng chú ý:

1. Bộ Giao thông vận tải

- Hướng dẫn các địa phương thực hiện thống nhất “luồng xanh” vận tải đường bộ và đường thủy toàn quốc, liên tỉnh, liên vùng để vận chuyển hàng hóa an toàn, liên thông, thông suốt trên nguyên tắc đơn giản hóa thủ tục, nhanh chóng, thuận lợi; khai thác lợi thế của việc vận chuyển hàng hóa bằng đường sắt trong chuỗi cung ứng sản phẩm; không quy định thêm các điều kiện, giấy phép cản trở lưu thông hàng hoá, đặc biệt đối với hàng hóa thiết yếu phục vụ đời sống người dân, vật tư, nguyên liệu phục vụ sản xuất; không để xảy ra tiêu cực, làm tăng chi phí của DN, HTX, hộ kinh doanh.

- Yêu cầu các DN vận tải biển niêm yết công khai, minh bạch về giá cước vận tải biển; tăng cường các biện pháp quản lý nhà nước đối với các doanh nghiệp vận tải biển, chống tình trạng lợi dụng tình hình dịch bệnh COVID-19 để tăng giá cước vận tải bất hợp lý, tăng gánh nặng chi phí cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh; đồng thời, phối hợp với Bộ Công Thương, các hiệp hội, đơn vị liên quan nâng cao năng lực đàm phán, công khai minh bạch về giá cước và phụ thu ngoài giá cước dịch vụ vận chuyển hàng hoá bằng đường biển.



2. Bộ Công Thương chủ trì, phối hợp với các bộ, cơ quan liên quan và các địa phương

- Tăng cường công tác cung cấp thông tin, thị trường, nhu cầu nhập khẩu hàng hoá của các nước; hỗ trợ các doanh nghiệp, hợp tác xã tham gia chương trình xúc tiến thương mại trực tuyến; kết nối cung cầu, hội chợ triển lãm trên môi trường số; tiếp tục hỗ trợ các địa phương đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp tại thị trường trong nước và mở rộng xuất khẩu sang các thị trường còn dư địa lớn.

- Khẩn trương tổ chức triển khai thực hiện Nghị quyết số 97 ngày 28/8/2021 của Chính phủ về phương án hỗ trợ giảm tiền điện, giảm giá điện (đợt 5) cho các khách hàng sử dụng điện theo đúng trình tự, thủ tục và quy định pháp luật; bảo đảm chặt chẽ, đúng đối tượng, không để bị trục lợi chính sách.

3. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

- Chủ trì, phối hợp với Bộ Công Thương, các địa phương, hiệp hội ngành hàng tổng hợp tình hình sản xuất, tiêu thụ, hoạt động của các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh chế biến trong lĩnh vực nông, lâm, thủy sản; chủ động kịp thời triển khai các giải pháp tháo gỡ, không để đứt gãy sản xuất, đảm bảo cung ứng, tiêu thụ kịp thời, nhất là lương thực, thực phẩm, các sản phẩm tiêu dùng thiết yếu khi thực hiện các biện pháp

giãn cách xã hội trong phòng, chống dịch bệnh.

4. Bộ Tài chính chỉ đạo Tổng cục Hải quan

- Cho phép DN, HTX, hộ kinh doanh được nộp bản scan có xác nhận bằng chữ ký số đối với các chứng từ phải nộp bản giấy là bản chính dưới dạng giấy/sao y công chứng/chứng thực theo quy định của các Bộ, cơ quan để giải quyết ách tắc khi thông quan hàng hoá; các DN, HTX thực hiện nộp bổ sung sau khi hàng hoá được thông quan để hậu kiểm.

5. Các địa phương

- Cùng với DN, HTX, chủ động nghiên cứu, thống nhất phương án, điều kiện tổ chức sản xuất, kinh doanh an toàn, thích ứng, phù hợp với diễn biến dịch bệnh ở địa phương và điều kiện thực tế của DN, hợp tác xã, hộ kinh doanh; chủ động quyết định và chịu trách nhiệm về việc cho phép DN, HTX, hộ kinh doanh hoạt động trở lại khi đáp ứng điều kiện an toàn phòng, chống dịch đã thống nhất với DN, HTX; hạn chế tối đa đóng cửa toàn nhà máy, HTX; huy động tối đa các nguồn lực hiện có để hỗ trợ cho người lao động tại các DN, HTX, góp phần bảo đảm an sinh xã hội, an toàn cho người lao động.

- Đánh giá đầy đủ khả năng của DN, HTX, hộ kinh doanh địa phương trong việc đáp ứng yêu cầu an toàn phòng chống dịch khi áp dụng các mô hình: “Một cung đường, hai điểm đến”, “Ba tại chỗ”, “Ba cùng”, “Ba xanh”,... và các mô hình khác để áp dụng khi đáp ứng điều kiện an toàn, phù hợp với thực tiễn địa phương.

- Vận dụng sáng tạo, linh hoạt cách làm hay, mô hình hiệu quả vào thực tế địa phương; kịp thời báo cáo Ban Chỉ đạo phòng chống dịch Quốc gia, Tổ công tác đặc biệt của Thủ tướng Chính phủ về tháo gỡ khó khăn cho doanh nghiệp và người dân bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19 để hỗ trợ, giải quyết các khó khăn, vướng mắc phát sinh.

- Tập trung tháo gỡ triệt để tình trạng ách tắc, đứt gãy chuỗi cung ứng, vận chuyển hàng hóa do bất cập trong thực thi các quy định, thủ tục về phòng, chống dịch bệnh COVID-19; không tạo ra các loại giấy phép “con”, các điều kiện cản trở lưu thông hàng hóa, không để xảy ra tiêu cực, làm tăng chi phí của doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh.

- Tăng cường phối hợp tổ chức các hoạt động giao thương kết nối cung cầu hàng hóa, hỗ trợ doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh quảng bá, giới thiệu sản phẩm, đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm, nhất là các mặt hàng nông sản.

- Căn cứ khả năng cân đối của ngân sách địa phương và nguồn huy động đóng góp tự nguyện của các tổ chức, cá nhân cho phòng, chống dịch bệnh COVID-19, quyết định việc hỗ trợ một phần hoặc toàn bộ chi phí xét nghiệm COVID-19 cho người lao động tại các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ kinh doanh đóng trên địa bàn thông qua các cơ sở xét nghiệm.

- Xem xét giảm mức phí sử dụng công trình kết cấu hạ tầng, công trình dịch vụ, tiện ích công cộng trong khu vực cửa khẩu, cảng biển loại I và IA trên địa bàn cho các doanh nghiệp, hợp tác xã có hoạt động xuất, nhập khẩu theo tình hình thực tế của dịch bệnh COVID-19 và lùi thời gian bắt đầu thu phí tại khu vực cửa khẩu và cảng biển nêu trên đối với địa phương chưa thực hiện thu phí để hỗ trợ giảm chi phí cho DN, HTX.

6. Ngân hàng Nhà nước Việt Nam

- Khẩn trương nghiên cứu sửa đổi, bổ sung chính sách quy định về cơ cấu lại thời hạn trả nợ, miễn, giảm lãi phí, giữ nguyên nhóm nợ đối với khách hàng bị ảnh hưởng bởi dịch bệnh COVID-19 theo hướng mở rộng đối tượng, phạm vi, thời gian được áp dụng chính sách cho phù hợp với diễn biến thực tế của dịch bệnh, hoàn thành trong tháng 9/2021.



đơn vị: tấn

Các doanh nghiệp nhập khẩu Hồ tiêu

Stt	Doanh nghiệp	8 tháng 2019	8 tháng 2020	2021								Tổng	% +/- 21/20
				1	2	3	4	5	6	7	8		
1	Olam Việt Nam	5.614	6.020	1.203	592	1.360	1.409	2.415	785	689	95	8.548	42,0
2	Harris Freeman	532	1.386	300	228	292	485	247	153	92	117	1.914	38,1
3	Gia vị Sơn Hà	475	400	50	399	340	158	291	239	265		1.742	335,5
4	KSS Việt Nam	1.261	1.423	175	60	271	98	222	211	226	105	1.368	-3,9
5	Vinh Hưng	1.738	1.464	303	55	28	300	247		84		1.017	-30,5
6	Nedspice Việt Nam	1.422	1.601	348	142	64	65	25	41	71	81	837	-47,7
7	XNK Quảng Ninh	252	223	224	28	97	112	84	27			572	156,5
8	Pearl Group	2.040	907	323	27	31			78	52	52	563	-37,9
9	Đức Long	197	584	17		168	112	106				403	-31,0
10	Ddp	1.866		168	27		82	28				305	100,0
11	Xây dựng 5			28		27	55	28			28	166	100,0
12	Liên Thành	115	235					25		127		152	-35,3
13	Quốc tế Việt Cam				50	40					60	150	100,0
14	Thái Hòa			84		25		28				137	100,0
15	Hoàng Mỹ Anh	532		84			28					112	100,0
16	Cầm Giang						84	28				112	100,0
17	Thành Tùng	1.076	531		28		56			28		112	-78,9
18	Chung Dũng	100	100		25			50		25		100	0,0
19	Unispice Việt Nam	552	432	76								76	-82,4
20	Vilaconic	23	1	59	1							60	5.900,0
	Khác	11.248	4.014	144	65	87	154	99	123	104	50	826	-79,4
	Tổng	29.043	19.321	3.586	1.727	2.830	3.198	3.923	1.657	1.763	588	19.272	-0,3

Số liệu Hồ tiêu nhập khẩu

đơn vị: tấn

Stt	Quốc gia	8 tháng 2019	8 tháng 2020	2021								Tổng	% +/- 21/20
				1	2	3	4	5	6	7	8		
1	Indonesia	16.089	7.000	1.878	365	1.088	1.511	1.140	350	425	303	7.060	0,9
2	Brazil	9.815	7.008	1.186	1.113	1.027	645	527	418	518	52	5.486	-21,7
3	Cambodia *	1.729	2.538		126	480	775	1.847	638	586	108	4.560	79,7
4	Việt Nam **	930	560	97	35	95	76	114	84	115	38	654	16,8
5	Malaysia	208	400	100	42	48	85	99	29	43	68	514	28,5
6	China	28	139	3	5	5	24	166	7	11	2	223	60,4
7	Spain		33	108								108	227,3
8	India	134	90	34		12	25	27		5		103	14,4
9	Madagascar	38		28		28	28					84	100,0
10	Ecuador		215	25	27		27					79	-63,3
11	Korea		63	60	2	10	1	1		2		76	20,6
12	United Arab		411						55			55	-86,6
13	Singapore		133	23					17	15		55	-58,6
14	Lào	40							40			40	100,0
15	Thái Lan		94			35						35	-62,8
	Khác	32	637	44	12	2	1	2	19	43	17	140	-78,0
	Tổng	29.043	19.321	3.586	1.727	2.830	3.198	3.923	1.657	1.763	588	19.272	-0,3

*: Nhập khẩu chính ngạch - **: Hàng xuất khẩu bị trả về