



BẢN TIN HỒ TIÊU VIỆT NAM

11-12
2021

Xuất khẩu Hồ tiêu 11 tháng năm 2021: Lượng xuất khẩu đạt gần 246 ngàn tấn

Lũy tiến từ đầu năm đến hết tháng 11/2021, VN đã XK được 245.975 tấn kim ngạch đạt 867,2 triệu USD, so với cùng kỳ năm 2020 lượng XK giảm 7% tuy nhiên kim ngạch tăng 43,8%. Ở khu vực châu Mỹ tăng 9,3% trong đó Mỹ tiếp tục là thị trường nhập khẩu Hồ tiêu lớn nhất của VN đạt 55.602 tấn, tăng 9,6% so cùng kỳ. XK cũng tăng ở các thị trường Canada, El Salvador, Dominica, Guatemal, Venezuela,... và giảm ở Mexico, Chi Lê, Jamaica. Tại châu Âu, nhập khẩu tăng 4,9%, đứng đầu là các thị trường Đức: 11.228 tấn, tăng 9,5%; Hà Lan 9.356 tấn, tăng 34%; Anh: 5.506 tấn, tăng 9,3%, Pháp: 5.018 tấn, tăng 30,1%... Nhập khẩu giảm ở Nga, Ireland, Ba Lan, Ucraina, Isarel,....

Trong khi đó, tại ở khu vực châu Á nhập khẩu giảm 14,5% trong đó nhập khẩu của Trung Quốc giảm 27,3% đạt 37.746 tấn. Nhập khẩu của Ả Rập tăng 26,2% đạt 15.169 tấn và tiếp tục là thị trường nhập khẩu Hồ tiêu lớn thứ 2 tại châu Á của VN. Nhập khẩu của Ấn Độ đạt 11,754 tấn, giảm 1,5%; Pakistan: 10.016 tấn, tăng 5,2%; ... Các thị trường nhập khẩu giảm: Philippine, Thái Lan, Saudi Arab, Nhật Bản, Myanmar,... Tại khu vực châu Phi nhập khẩu giảm 28,8% trong đó Ai Cập giảm 31,7% đạt 5.708 tấn. Nhập khẩu cũng giảm ở Nam Phi, Senegal, Gambia, Mauritania, Tunisia, Sudan,... Các nước nhập khẩu tiêu trắng

hàng đầu: Đức: 4.941 tấn, Mỹ: 4.129 tấn, Hà Lan: 3.205 tấn, Trung Quốc: 2.376 tấn, Thái Lan: 1.818 tấn,...

Đứng đầu XK Hồ tiêu 11 tháng tiếp tục là công ty Olam với lượng XK đạt 24.088 tấn, tăng 7,2% so với cùng kỳ. Tiếp theo là các doanh nghiệp Trăn Châu: 22.144 tấn, giảm 11%; Nedspice: 18.260 tấn, tăng 12%; Phúc Sinh: 15.915 tấn, giảm 21,8%; Haprosimex JSC: 11.777 tấn, giảm 7,2%; Liên Thành: 9.795 tấn, tăng 27,5%,... Các DN XK tiêu trắng hàng đầu: Olam: 4.267 tấn; Nedspice: 3.539 tấn; Liên Thành: 2.913 tấn, Trăn Châu: 2.358 tấn, Phúc Sinh: 1.669 tấn, Hoàng Gia Luân: 1.281 tấn,... Khối các DN trong VPA XK chiếm 74,6%, tăng 2,2% so với cùng kỳ.

11 tháng năm 2021 VN đã nhập khẩu 23.017 tấn, so với cùng kỳ năm 2020 giảm 34,8% và so với cùng kỳ năm 2019 giảm 42,8%. Indonesia, Cambodia và Brazil là 3 quốc gia cung cấp Hồ tiêu chủ yếu cho Việt Nam chiếm 86,7%, tuy nhiên so cùng kỳ 2020 lượng nhập khẩu từ Indonesia giảm 48,6% và từ Brazil giảm 42,1% trong khi nhập khẩu từ Cambodia tăng 110,6%. Olam là DN nhập khẩu lớn nhất chiếm 45,6% và so cùng kỳ giảm 8,1%. Các doanh nghiệp FDI chiếm 76,1% tổng lượng nhập khẩu, khối các doanh nghiệp trong VPA nhập khẩu chiếm 82,5%.

So sánh 30 TT NK Hồ tiêu hàng đầu

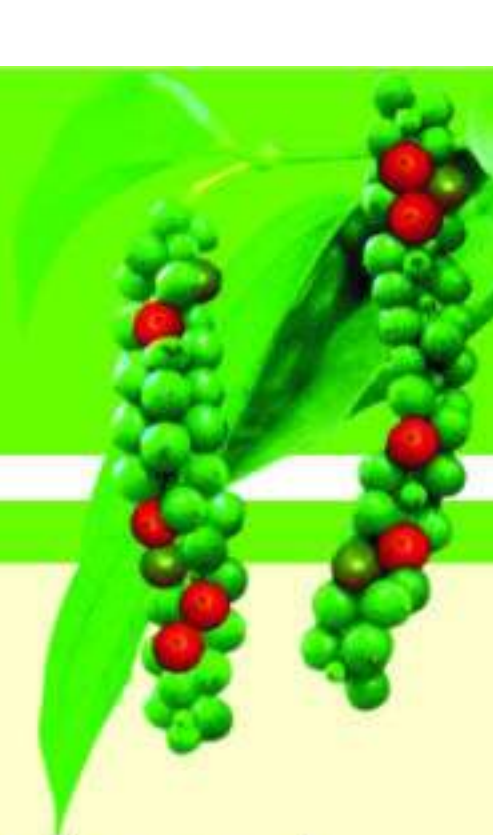
đơn vị: tấn

Stt	Thị trường	11 tháng 2019	11 tháng 2020	11 tháng 2021	% +/- 21/20
1	America	46,210	50,738	55,602	9.6
2	China	56,095	51,889	37,746	-27.3
3	United Arab	10,171	12,016	15,169	26.2
4	India	18,957	11,930	11,754	-1.5
5	Germany	10,268	10,253	11,228	9.5
6	Pakistan	9,865	9,519	10,016	5.2
7	Netherlands	7,364	6,981	9,356	34.0
8	Philippine	5,545	6,243	5,871	-6.0
9	Korea	4,292	5,240	5,748	9.7
10	Egypt	6,869	8,359	5,708	-31.7
11	England	4,364	5,037	5,506	9.3
12	France	3,128	3,856	5,018	30.1
13	Russia	5,349	5,464	4,866	-10.9
14	Thailand	6,465	4,972	4,441	-10.7
15	Ireland	6,193	4,882	4,377	-10.3
16	Iran	5,479	3,549	4,089	15.2
17	Turkey	4,954	3,429	3,782	10.3
18	Japan	3,011	3,442	3,322	-3.5
19	Canada	2,440	2,510	3,076	22.5
20	Spain	2,384	2,606	2,972	14.0
21	South Africa	2,912	2,973	2,820	-5.1
22	Australia	1,622	2,270	2,620	15.4
23	Saudi Arabia	3,369	3,044	2,533	-16.8
24	Poland	2,496	2,910	2,323	-20.2
25	Bangladesh	862	1,553	1,518	-2.3
26	Ukraine	1,822	1,829	1,453	-20.6
27	Israel	2,096	2,106	1,435	-31.9
28	Malaysia	1,590	1,069	1,434	34.1
29	Papua New Guinea	1,075	1,061	1,411	33.0
30	Taiwan	1,212	1,084	1,314	21.2

So sánh 30 DN XK Hồ tiêu hàng đầu Việt Nam

đơn vị: tấn

Stt	Doanh nghiệp	11 tháng 2019	11 tháng 2020	11 tháng 2021	% +/- 21/20
1	Olam Việt Nam	17,853	22,462	24,088	7.2
2	Pearl Group	28,962	24,876	22,144	-11.0
3	Nedspice Việt Nam	14,179	16,299	18,260	12.0
4	Phúc Sinh	19,146	20,358	15,915	-21.8
5	Haprosimex JSC	13,356	12,697	11,777	-7.2
6	Liên Thành	7,725	7,684	9,795	27.5
7	Gia vị Sơn Hà	6,223	7,413	7,121	-3.9
8	Harris Freeman	5,503	5,471	6,671	21.9
9	Hoàng Gia Luân	5,488	6,040	6,414	6.2
10	Simexco Đắk Lắk	4,831	4,738	5,375	13.4
11	DK Commodity	5,595	6,810	5,252	-22.9
12	Unispice Việt Nam	4,905	4,966	5,226	5.2
13	Intimex Group	4,348	4,579	5,214	13.9
14	Interserco VCI			5,068	100.0
15	Sinh Lộc Phát	7,407	8,546	4,661	-45.5
16	Ptexim Corp	3,117	3,257	4,328	32.9
17	Pitco	2,619	2,483	4,208	69.5
18	Vũ Đức Thuận			4,164	100.0
19	Nam Thịnh Phát	1,151	6,845	4,011	-41.4
20	Hoàng Duy Tôn	312	188	3,736	1,887.2
21	Phúc Lợi	3,203	3,416	3,622	6.0
22	Expo Commodities	2,937	1,854	3,343	80.3
23	Prosi Thăng Long	2,041	3,018	3,319	10.0
24	Phạm Thị Hằng		834	3,122	274.3
25	Synthite Việt Nam	2,536	2,707	3,017	11.5
26	Trần Huy Toàn	292	4,575	2,941	-35.7
27	Ottogi Việt Nam	2,160	2,280	2,568	12.6
28	Hanfimex Việt Nam	5,144	3,529	2,242	-36.5
29	Lý Hoàng Sơn	674	8,019	2,189	-72.7
30	Molvizadah Sons	3,633	2,826	2,168	-23.3



Tiêu dễ gì... tiêu!

Chuyện cứ như đùa khi anh Luận về lại vườn xưa sau một thời gian dài bỏ xứ đưa vợ con đi Bình Dương tìm việc. Do dịch Covid-19 quá “rất” và xưởng làm đóng cửa, gia đình anh về lại Chư Păh (Gia Lai), vừa tránh dịch vừa kiếm cách tạm thời mưu sinh.



*Hồ tiêu rớt giá, nhiều hộ nản lòng không màng chăm sóc.
Ảnh: N.K*

Luận quyết định rời bỏ khu vườn hồ tiêu với chừng 2.000 gốc để vào Nam kiếm việc làm khi giá tiêu từ 250.000 đồng/ki lô gam rồi cứ thế giá rớt từng đợt từng đợt, đến 50.000-60.000 đồng thì nhiều gia đình buông xuôi. Vốn vay nóng vay nguội để đầu tư, có hộ một tỉ có hộ vài ba tỉ đồng là chuyện thường, để trồng hồ tiêu nhưng gặp cảnh ngang trái, không còn cách nào trả. Một mặt do giá xuống, nhiều hộ nản lòng không màng chăm sóc, người buồn và cây hồ tiêu cũng buồn theo đến sinh bệnh, gặp phải lúc cây hồ tiêu trong vùng bị dịch bệnh “chết nhanh chết chậm” hoành hành, đành phải nuốt nước mắt chia tay.

Chuyện là giữa năm ngoái, khi virus corona lan nhanh trên thế giới, giá hồ tiêu xuống tận đáy, chừng 35.000 đồng một ki lô gam, được cho là dưới giá thành sản xuất. Anh nghe thấy vui trong bụng vì cho quyết định đi của mình là đúng. Nhưng cũng từ đó, giá hồ tiêu nhảy lên nhanh mới đây có lúc đã chạm 90.000 đồng và nay đang ổn định quanh mức 82.000 đồng.

“Anh muốn trồng hồ tiêu lại?”. Luận trả lời: “Không, chắc chắn là không vì ngán lắm rồi”.

Thật ra, nhiều nhà vườn thấy giá hồ tiêu đang phôi phới, không kịp suy tính, liền vay tiền mua đất lập vườn khi giá 100.000-150.000 đồng/ki lô gam, nhưng chưa kịp hưởng giá cao trên 200.000 đồng thì giá đã đi xuống một hơi. Hơn nữa, một số người huy vốn cũng còn do tham gia mua tiêu về trữ để chờ giá lên. Ai dè giá rớt thê thảm nên đã không những không kiếm được lãi như ý mình muốn, lại phải bán nhà bỏ vườn như trường hợp của anh.

Nói chuyện thị trường hồ tiêu, hơn ai hết, anh Luận và bạn bè cùng cảnh đều thấm. Giá hồ tiêu mỗi ngày rớt vài ba ngàn đồng một ki lô gam là chuyện thường tình. Người giàu có tiền tham gia mua bán mặt hàng này mà không có máu lạnh đôi khi cũng còn hốt tim, hướng chi người đang thua lỗ thì càng dễ thiếu tập trung để có một quyết định sáng suốt. Một anh bạn trẻ kinh doanh hồ tiêu có số má trên thị trường nội địa trước đây đưa ra một số nhận định thấy rất có lý: “Từ giữa năm 2015, khi giá hồ tiêu trong nước đạt đỉnh 250.000-270.000 đồng một ki lô gam, thì từ đó trở đi người nào trữ tiêu chờ giá... đều tiêu theo là điều dễ hiểu. Đó là thời gian mà dân hồ tiêu nói “nhà giàu cũng khóc”. Giá rơi tự do đến 2017 chỉ còn quanh 100.000 đồng và... cho đến lúc con virus corona càn quét, hồ tiêu trong nước chỉ còn 35.000 đồng. Nếu lấy thời điểm mới bùng phát dịch Covid-19 đợt 1, thì cũng là lúc giá hồ tiêu bùng phát, băng lên 60.000, 75.000 rồi 90.000 đồng. Cứ tưởng mua bán xuất khẩu không được nhiều, bấy giờ ai nấy đều thất vọng.

Giá hồ tiêu thời gian qua lấy lại sức bật, nói khó ai tin, nhưng không phải nhờ những phân tích cung cầu của các tay chuyên môn và những nhà chuyên doanh lành nghề trên thế giới. Chính sức mạnh của các mạng xã hội như Facebook, YouTube, Zalo... đã có công lớn truyền cho nhau tâm lý giá tăng

do một mặt giá hồ tiêu xuống dưới giá thành, mặt khác kêu gọi bà con nông dân chớ bán vội vì giá hồ tiêu phục hồi có thể đến 150.000-200.000 đồng/ki lô gam.

Thông tin ấy được các đại gia ngành hàng rất tán đồng vì họ đã mạnh tay trữ vài ba ngàn đến năm bảy ngàn tấn trong kho từ khi giá xuống dưới 50.000 đồng trở đi. Ở mức đáy, tin giá tăng lại càng được nung nấu nhiều hơn. Nay còn một lực lượng khác đang ngày đêm đưa tin giá tăng không chỉ dừng ở 90.000 mà còn trên 100.000 đồng và thậm chí có thể đạt đỉnh kỷ lục như một cách quảng bá để bán đất đai, vật tư và bán giống hồ tiêu...”.

Cũng đúng thôi! Dù mặt hàng này có sản giao dịch tại Ấn Độ với tư cách hàng hóa, nhưng quy mô rất nhỏ, ảnh hưởng không nhiều lên thị trường hồ tiêu thế giới. Khi Việt Nam chưa có sản, sở giao dịch và trung tâm “phát thanh” thông tin hàng hóa chính là các mạng xã hội, thông qua đó những trao đổi giữa các bạn hàng với nhau, giữa nhà vườn trồng hồ tiêu, chỉ cần một thông báo trên Facebook hay Zalo, là cả cộng đồng hồ tiêu đều tiếp cận, từ nhà vườn trong núi sâu đến đại gia cộm cán có kho chế biến to đùng tại các đô thị.

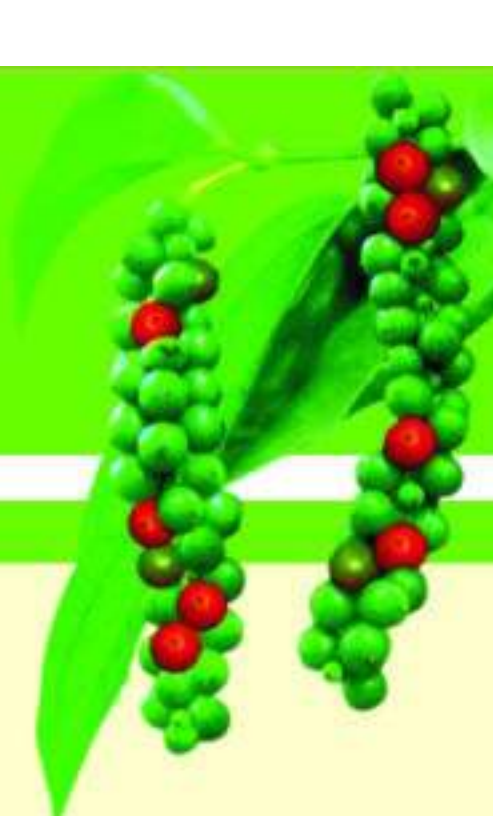
Vả lại, Việt Nam là nước cung cấp trên 50% nhu cầu tiêu thụ hồ tiêu thế giới... thì chính các mạng xã hội đã góp phần rất lớn để nhà vườn và giới kinh doanh tiêu đen khỏi chịu cảnh đời đen do thị trường đưa đẩy. Nói thế để thấy rằng tuy cũng là một mặt hàng nông sản có lượng mua bán nhiều và cần lượng vốn lớn, nhưng hồ tiêu không chịu sự điều tiết và khuynh loát bởi các quỹ đầu tư tài chính như trên các sản giao dịch khác như đường ăn, lúa mì hay cà phê... Nhưng tin 100% vào mạng xã hội, một sân chơi hoàn toàn mở, thiệt giả lẫn lộn, đôi khi là con dao hai lưỡi. Khi ý đồ của một đại gia nào đó muốn nhà vườn giữ lại hàng, thì cũng có thể tung tin giá lên là cơ hội cho họ đẩy hàng ra thị trường chớp nhoáng hòng chớp được giá cao nếu như người tham gia mạng không chịu phân tích thông tin thấu đáo.

Vườn hồ tiêu anh Luận nay còn chừng năm bảy chục gốc tiêu, nhưng trước mắt anh thì với mình không đầu tư gì nữa vào hồ tiêu. Nay quay lại chốn cũ, cảnh cũ, tụi với tiền nhưng không thiếu việc. Nhiều bạn bè người quen đang nhờ anh thu hái cà phê, ngày kiếm trên trăm ngàn được cho là tạm thời ổn khi về chốn xưa tránh dịch. Không phải chỉ mình anh mà nhiều người khác từ thành phố về cũng có ý nghĩ như anh: thôi, còn mấy gốc tiêu cố gắng chăm sóc để đủ có tiền tiêu vật, chứ tiền đâu nữa mà mở rộng diện tích hồ tiêu.

Chỉ cần ai quay lại cũng đều có suy nghĩ như anh, không mở rộng diện tích hồ tiêu khi giá đang lên thì mới giữ giá được như hiện nay, thì tiêu dễ gì... tiêu. Theo Hiệp hội Hồ tiêu quốc tế (IPC), sản lượng hồ tiêu năm 2021 ước đạt 574.000 tấn giảm 3% so với năm ngoái. Trong 10 tháng đầu năm nay, Việt Nam đã xuất khẩu gần 230.000 tấn. Còn hai tháng nữa là kết thúc năm kinh doanh hồ tiêu 2021 của Việt Nam. Cứ nhẩm tính Việt Nam xuất khẩu 30.000 tấn cho thời gian còn lại, thì việc mở rộng diện tích và tăng sản lượng hồ tiêu là một đe dọa lớn cho giá hồ tiêu dù Việt Nam đang “làm chủ tình hình” mặt hàng này trên thị trường thế giới.

Để thử lại ý định của anh Luận xem có chắc, người viết bài này cho rằng tuy sắp vào niên vụ mới, giá hồ tiêu còn có thể lên do nhiều yếu tố như lạm phát tại nhiều nước tiêu thụ chính như Mỹ, EU... Luận đáp nhanh rằng dù có lên 100.000-120.000 đồng/ki lô gam, có bỏ bèn gì đâu so với giá xăng dầu, phân bón, chuyên chở và công lao động. “Tui ở yên vậy cho lành!”. Và thề đoán... quyết định của Luận thế mà đúng.

Theo TheSaigontimes



Quy định mới về xuất xứ hàng hóa

Chính phủ vừa ban hành Nghị định 111/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung một số điều Nghị định số 43/2017/NĐ-CP ngày 14/4/2017 của Chính phủ về nhãn hàng hóa. Tổ chức, cá nhân sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu tự xác định và ghi xuất xứ hàng hóa của mình bảo đảm trung thực, chính xác.

Trong đó, Nghị định 111/2021/NĐ-CP sửa đổi, bổ sung Điều 15 xuất xứ hàng hóa. Cụ thể, tổ chức, cá nhân sản xuất, xuất khẩu, nhập khẩu tự xác định và ghi xuất xứ hàng hóa của mình bảo đảm trung thực, chính xác, tuân thủ các quy định pháp luật về xuất xứ hàng hóa xuất khẩu, nhập khẩu, hàng hóa sản xuất tại Việt Nam hoặc các cam kết quốc tế mà Việt Nam tham gia.

Xuất xứ hàng hóa ghi trên nhãn thể hiện bằng một trong các cụm từ sau “sản xuất tại”; “chế tạo tại”; “nước sản xuất”; “xuất xứ”; “sản xuất bởi”; “sản phẩm của” kèm tên nước hoặc vùng lãnh thổ sản xuất ra hàng hóa hoặc ghi theo quy định pháp luật về xuất xứ hàng hóa.

Trường hợp hàng hóa không xác định được xuất xứ theo quy định nêu trên thì ghi nơi thực hiện công đoạn cuối cùng để hoàn thiện hàng hóa. Thể hiện bằng một trong các cụm hoặc

kết hợp các cụm từ thể hiện công đoạn hoàn thiện hàng hóa như sau: “lắp ráp tại”; “đóng chai tại”; “phối trộn tại”; “hoàn tất tại”; “đóng gói tại”; “dán nhãn tại” kèm tên nước hoặc vùng lãnh thổ nơi thực hiện công đoạn cuối cùng để hoàn thiện hàng hóa.

Tên nước hoặc vùng lãnh thổ sản xuất ra hàng hóa hoặc nơi thực hiện công đoạn cuối cùng để hoàn thiện hàng hóa không được viết tắt.

Nghị định cũng sửa đổi, bổ sung Khoản 3 Điều 12 – Tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân chịu trách nhiệm về hàng hóa. Cụ thể, hàng hóa nhập khẩu để lưu thông tại Việt Nam ghi tên và địa chỉ của tổ chức, cá nhân sản xuất và ghi tên, địa chỉ của tổ chức, cá nhân nhập khẩu trên nhãn hàng hóa.

Hàng hóa là trang thiết bị y tế được sản xuất trong nước hoặc nhập khẩu để lưu thông tại Việt Nam thì ghi tên, địa chỉ của chủ sở hữu trang thiết bị y tế và tên, địa chỉ của chủ sở hữu số lưu hành. Trường hợp trang thiết bị y tế chưa có số lưu hành thì ghi tên, địa chỉ của chủ sở hữu trang thiết bị y tế và tên, địa chỉ của tổ chức, cá nhân trên giấy phép nhập khẩu.

Theo Bộ Công Thương

Thông báo Kết quả Hội nghị trực tuyến của Thành viên ASEAN với TCHQ về Lệnh 248 và 249

Ngày 24/11, Ban thư ký ASEAN tổ chức trực tuyến để Tổng cục Hải quan Trung Quốc giới thiệu quy định Đăng ký doanh nghiệp nhập khẩu thực phẩm vào Trung Quốc (Lệnh 248), Biện pháp quản lý an toàn thực phẩm nhập khẩu vào Trung Quốc (Lệnh 249) đến các Cơ quan có thẩm quyền, đại diện các hiệp hội liên quan của Thành viên ASEAN và giải đáp các vướng mắc của Thành viên ASEAN.

Tham dự phía Việt Nam có đại diện các cơ quan: Văn phòng SPS Việt Nam, các Cục: Bảo vệ Thực vật, Thú y, Quản lý chất lượng nông lâm sản và thủy sản (Bộ NN & PTNT), Cục An toàn thực phẩm (Bộ Y tế), Vụ Khoa học và Công nghệ, Vụ thị trường Châu Á - Châu Phi (BCT), các hiệp hội, ngành hàng và một số DN liên quan.

Hội nghị đã nghe đại diện TCHQ Trung Quốc trình bày những nội dung chính của Lệnh 248 và Lệnh 249. Trên cơ sở các câu hỏi của Thành viên ASEAN và của Việt Nam, TCHQ Trung Quốc đã giải đáp một số thông tin chính như sau:

1. Đối với 4 loại sản phẩm đã đăng ký và được cấp mã (thịt và sản phẩm từ thịt; sản phẩm thủy sản; sản phẩm sữa; tổ yến và sản phẩm từ tổ yến), các mã này tiếp tục có hiệu lực theo quy định giữa Cơ quan có thẩm quyền của quốc gia (khu vực xuất khẩu) và TCHQ Trung Quốc.

2. Lệnh 248 chỉ áp dụng cho DN chế biến - sản xuất - bảo quản, không áp dụng cho DN thương mại.

3. Trước ngày 01/01/2022, cơ quan có thẩm quyền của quốc gia (khu vực xuất khẩu) có thể sử dụng hai hình thức: Đăng ký trên website: singlewindow.cn hoặc theo phương thức hiện hành giữa hai bên. Sau ngày 01/01/2022, cơ quan có thẩm quyền thực hiện đăng nhập trên website: singlewindow.cn của TCHQ Trung Quốc để thực hiện đăng ký. Nếu Cơ quan có thẩm quyền của nước xuất khẩu và Tổng cục Hải quan Trung Quốc có thỏa thuận về tài liệu và phương thức đăng ký cho 18 loại sản phẩm trong danh mục đã nêu tại điều 7, Lệnh 248, hồ sơ đăng ký DN nước ngoài bắt đầu từ thời điểm 01/01/2022 sẽ nộp qua hệ thống trực tuyến.

4. Đối với 14 loại sản phẩm theo công hàm số 353 mà không gửi danh sách DN đúng thời hạn quy định trước ngày 31/10/2021, hoặc xuất khẩu lần đầu tiên vào Trung Quốc đối với 14 loại sản phẩm, từ thời điểm 01/01/2022 sẽ áp dụng quy định tại điều 8, Lệnh 248 để thực hiện đăng ký.

5. Đối với doanh nghiệp hoàn thiện hồ sơ đăng ký và đã nộp hồ sơ trước ngày 31/10/2021, kết quả sẽ được TCHQ Trung Quốc công bố vào nửa cuối tháng 12 năm 2021.

6. Doanh nghiệp sản xuất 18 loại sản phẩm phải đăng ký qua Cơ quan có thẩm quyền và tài khoản đăng ký do Cơ quan có thẩm quyền nước xuất khẩu cấp.

7. Đối với trường hợp doanh nghiệp tự đăng ký, hồ sơ kỹ thuật của doanh nghiệp.

8. Hồ sơ đăng ký của các doanh nghiệp tự đăng ký có thể được tra cứu trên đường link đăng ký của TCHQ Trung Quốc (sử dụng tên và tài khoản đã đăng ký) của doanh nghiệp tra cứu về thông tin về kết quả, xử lý bổ sung hồ sơ, trạng thái hồ sơ... Toàn bộ hồ sơ, thông tin đăng ký của doanh nghiệp khi đăng nhập hệ thống đều bảo mật thông tin. Tài khoản đăng ký của doanh nghiệp (tên tài khoản, mật khẩu) phải tự bảo quản, không chia sẻ để tránh thất thoát thông tin. Hình thức đăng ký doanh nghiệp qua Cơ quan có thẩm quyền và hình thức doanh nghiệp tự đăng ký có thể được thực hiện đồng thời.

9. Khi đăng ký doanh nghiệp, mỗi một sản phẩm của mỗi một doanh nghiệp sẽ được Tổng cục Hải quan cấp một mã số riêng. Doanh nghiệp có nhiều sản phẩm sẽ được cấp các mã tương ứng. Cho phép 01 nhà máy sản xuất đăng ký nhiều sản phẩm với Tổng cục Hải quan Trung Quốc, không cho phép nhiều nhà máy sản xuất sử dụng 1 mã đăng ký.

10. Từ 01/01/2022, khi khai báo thủ tục hải quan cho lô hàng xuất khẩu, hồ sơ phải khai mã do Tổng cục Hải quan Trung Quốc cấp. Trường hợp chưa hoàn thành đăng ký thì lô hàng đó sẽ không được thông quan.

11. Căn cứ điều 19, Lệnh 248: khi thay đổi người đại diện pháp luật của doanh nghiệp/nhà máy đăng ký hoặc mã số đăng ký do Cơ quan có thẩm quyền nước xuất khẩu cấp thay đổi thì không thực hiện theo hình thức thay đổi đăng ký để điều chỉnh mà thực hiện nộp hồ, tài liệu đăng ký mới theo quy trình đăng ký trên hệ thống. Sau khi hồ sơ đăng ký mới thông qua, mã số được cấp trước đó tại TCHQ Trung Quốc tự động hủy. Trước thời điểm DN cấp mã số đăng ký mới tại TCHQ Trung Quốc thì căn cứ mã số đã được cấp để khai báo thông quan, kể từ thời điểm có hiệu lực của mã số đăng ký mới, DN phải căn cứ mã số mới để khai báo thông quan.

Với mục tiêu không làm gián đoạn thương mại giữa các thành viên ASEAN – Trung Quốc, trong quá trình thực hiện 2 Lệnh, Tổng cục Hải quan Trung Quốc sẽ xem xét tình hình thương mại nông sản của hai bên để sắp xếp hợp lý. Tổng cục Hải quan Trung Quốc đề nghị các bên liên quan hoàn thiện việc đăng ký doanh nghiệp đến trước ngày 31/12/2021. Đồng thời, Tổng cục Hải quan Trung Quốc mong nhận được sự phối hợp, hỗ trợ của cơ quan có thẩm quyền của Thành viên ASEAN. Tổng cục Hải quan Trung Quốc hi vọng các cơ quan chức năng của Thành viên ASEAN sẽ thực hiện nghiêm túc trách nhiệm quản lý của mình và các doanh nghiệp cũng chủ động tuân thủ hai lệnh này.

Theo Spvietnam.gov.vn

Số liệu Hồ tiêu nhập khẩu																
đơn vị: tấn																
Stt	Quốc gia	11 tháng	11 tháng	2021											Tổng	% +/- 21/20
		2019	2020	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
1	Indonesia	21.066	16.592	1.878	365	1.088	1.511	1.140	350	425	303	385	479	596	8.520	-48,6
2	Cambodia *	1.920	2.721		126	480	775	1.847	638	586	108	794	377		5.731	110,6
3	Brazil	15.099	9.855	1.186	1.113	1.027	645	527	418	518	52	133	50	41	5.710	-42,1
4	Việt Nam	1.474	921	97	35	95	76	114	84	115	38	37	108	57	856	-7,1
5	Malaysia	367	560	100	42	48	85	99	29	43	68	51	43	177	785	40,2
6	China	33	271	3	5	5	24	166	7	11	2	25	10	5	263	-3,0
7	United Arab		561						55					100	155	-72,4
8	Singapore		149	23					17	15		25	44	30	154	3,4
9	India	136	743	34		12	25	27		5		21	5	10	139	-81,3
10	Spain		87	108											108	24,1
11	Korea		95	60	2	10	1	1		2		11	1		88	-7,4
12	Madagascar	65		28		28	28								84	100,0
13	Ecuador		396	25	27		27								79	-80,1
14	Germany		25									34	34		68	172,0
15	Lào	40	125						40				10		50	-60,0
	Khác	55	2.175	44	12	37	1	2	19	43	17	2	26	24	227	-89,6
	Tổng	40.255	35.276	3.586	1.727	2.830	3.198	3.923	1.657	1.763	588	1.518	1.187	1.040	23.017	-34,8

*: Nhập khẩu chính ngạch

Các doanh nghiệp nhập khẩu Hồ tiêu																
đơn vị: tấn																
Stt	Doanh nghiệp	11 tháng	11 tháng	2021											Tổng	% +/- 21/20
		2019	2020	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11		
1	Olam Việt Nam	10.566	11.429	1.203	592	1.360	1.409	2.415	785	689	95	921	605	431	10.505	-8,1
2	Harris Freeman	3.141	1.656	300	228	292	485	247	153	92	117		72	126	2.112	27,5
3	Gia vị Sơn Hà	1.381	1.209	50	399	340	158	291	239	265		116			1.858	53,7
4	KSS Việt Nam	1.905	1.925	175	60	271	98	222	211	226	105	60	221	121	1.770	-8,1
5	Nedspice	2.993	2.296	348	142	64	65	25	41	71	81	175	134	121	1.267	-44,8
6	Vinh Hưng	1.844	1.965	303	55	28	300	247		84		28			1.045	-46,8
7	Pearl Group	2.005	3.639	323	27	31			78	52	52		27		590	-83,8
8	XNK Quảng Ninh	336	256	224	28	97	112	84	27						572	123,4
9	Đức Long	197	736	17		168	112	106							403	-45,2
10	Ddp	1.866	139	168	27		82	28							305	119,4
11	Quốc tế Việt Cam		15		50	40					60	80	20		250	1.566,7
12	Phúc Sinh	190	2.491			15		16					50	100	181	-92,7
13	Xây dựng 5			28		27	55	28			28				166	100,0
14	Liên Thành	375	555					25		127					152	-72,6
15	Chung Dũng	150	100		25			50		25		50			150	50,0
16	Thái Hòa			84		25		28							137	100,0
17	Hoàng Mỹ Anh	532		84			28								112	100,0
18	Cầm Giang						84	28							112	100,0
19	Thành Tùng	1.244	783		28		56			28					112	-85,7
20	Acecook	32	25	7	5	7	7	8	7	8	7	7	7	7	77	208,0
	Khác	11.498	6.057	272	61	65	147	75	116	96	43	81	51	134	1.141	-81,2
	Tổng	40.255	35.276	3.586	1.727	2.830	3.198	3.923	1.657	1.763	588	1.518	1.187	1.040	23.017	-34,8