TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hưng Yên: Thương mại điện tử - kênh tiêu thụ nông sản trong bối cảnh Covid-19

19:21 15/07/2021

Sản lượng thu hoạch nhãn của Hưng Yên năm nay dự kiến đạt khoảng 50.000-55.000 tấn, cao hơn năm 2020 từ 15 đến 20%, trong đó hơn 60% được sản xuất theo tiêu chuẩn VIETGAP. Đây là tín hiệu mừng với vụ nhãn 2021 song cũng đặt ra thách thức cho việc đảm bảo tiêu thụ sản phẩm.



Hội nghị kết nối với 12 điểm cầu tại các tỉnh, thành trên cả nước, 60 điểm cầu tại 22 quốc gia, vùng lãnh thổ và hàng trăm điểm cầu liên kết khác trong và ngoài nước được tổ chức sáng 15/7 tại tỉnh Hưng Yên.

Hội nghị kết nối với 12 điểm cầu tại các tỉnh, thành trên cả nước, 60 điểm cầu tại 22 quốc gia, vùng lãnh thổ và hàng trăm điểm cầu liên kết khác trong và ngoài nước được tổ chức sáng 15/7 tại tỉnh Hưng Yên.

Đây là hoạt động xúc tiến thương mại quan trọng trong chuỗi các hoạt động quảng bá, xúc tiến tiêu thụ nông sản năm 2021 do Ủy ban nhân dân tỉnh Hưng

Yên phối hợp với Bộ Công Thương và các Bộ, ngành, địa phương tổ chức. Thứ trưởng Bộ Công Thương Đỗ Thắng Hải tham dự và cắt băng xuất hành đưa nhãn lồng Hưng Yên vào các hệ thống phân phối.

Theo báo cáo tại Hội nghị, năm 2021, Hưng Yên bội thu nông sản, trong đó nhãn đạt khoảng 55.000 tấn, cam 30.000 tấn, chuối 70.850 tấn,... Dưới tác động tiêu cực của dịch bệnh, tình hình tiêu thụ nhãn và nông sản của tỉnh gặp nhiều khó khăn. Dự báo được hiện trạng này, ngay từ đầu năm, Ủy ban nhân dân tỉnh Hưng Yên đã phối hợp với Bộ Công Thương, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn xây dựng kế hoạch tổ chức các hoạt động xúc tiến tiêu thụ nông sản cho hợp tác xã, doanh nghiệp và bà con nông dân trên địa bàn tỉnh.

Trong đó, bên cạnh "Hội nghị Kết nối cung cầu tiêu thụ nhãn và nông sản Hưng Yên năm 2021", các cơ quan chức năng còn tổ chức Tuần lễ nhãn lồng - nông sản tỉnh Hưng Yên năm 2021 tại Hà Nội; phối hợp quảng bá nhãn lồng - nông sản Hưng Yên tại sự kiện xúc tiến du lịch, giới thiệu văn hóa Hưng Yên tại khu vực Nhà bát giác - Phố đi bộ (Hà Nội) hưởng ứng Năm du lịch quốc gia 2021; phiên chợ Cam Hưng Yên năm 2021; tuần lễ Cam và nông sản tiêu biểu tỉnh Hưng Yên năm 2021 tại Hà Nội,...

Với chủ trương đa dạng hóa các hình thức tiêu thụ, Bộ Công Thương đã chỉ đạo các đơn vị thuộc Bộ hợp tác chặt chẽ với đơn vị liên quan, mở rộng cả kênh phân phối truyền thống và hiện đại, chú trọng khai thác các nền tảng số để tiêu thụ nông sản trên thị trường trong nước, đồng thời tiếp tục đẩy mạnh xuất khẩu với sự vào cuộc quyết liệt của hệ thống cơ quan thương vụ Việt Nam trên khắp các thị trường quốc tế.

Thứ trưởng Bộ Công thương Đỗ Thắng Hải cho biết sản lượng thu hoạch nhãn năm nay cao hơn từ 15% đến 20%, trong đó hơn 60% được sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP và Bộ Công thương khẳng định luôn đồng hành cùng các địa phương đẩy mạnh hoạt động kết nối, xúc tiến tiêu thụ nông sản đến vụ ở cả thị trường trong nước và thị trường quốc tế.

Khẳng định chất lượng nông sản, trong đó có trái cây tươi của Việt Nam đang được người tiêu dùng Trung Quốc tin tưởng, ông Hồ Toả Cẩm - Tham tán công sứ phụ trách kinh tế và thương mại, Đại sứ quán Trung Quốc tại Việt Nam thông tin: Việt Nam là quốc gia cung cấp lớn thứ 3 trái cây tươi cho thị trường Trung Quốc.

Để nông sản Việt Nam, trong đó có nhãn của Hưng Yên hiện diện nhiều hơn tại thị trường này, ông Hồ Toả Cẩm đề xuất các đơn vị chức năng của Việt Nam và Trung Quốc tạo thuận lợi hơn nữa trong công tác thông quan cho hàng nông sản hai nước; khuyến khích doanh nghiệp uy tín của Trung Quốc đầu tư dự án chế biến nông sản tại các địa phương và Hưng Yên để nâng cao giá trị nông

sản.

“Riêng Hưng Yên, tỉnh còn nhiều nông sản chất lượng tốt, chúng tôi sẵn sàng phối hợp với các cơ quan liên quan để xúc tiến xuất khẩu các nông sản này sang Trung Quốc”, đại diện thương vụ Trung Quốc tại Việt Nam chia sẻ.

Tại điểm cầu Hoa Kỳ, ông Bùi Huy Sơn - Tham tán công sứ, Thương vụ Việt Nam tại Hoa Kỳ chia sẻ: Việt Nam đã được cấp phép xuất khẩu 6 loại hoa quả tươi sang Hoa Kỳ. Các loại hoa quả khác xuất khẩu dưới dạng chế biến. Cơ quan Chính phủ 2 bên đang đàm phán để Hoa Kỳ cấp phép xuất khẩu thêm cho trái cây tươi của Việt Nam. Tuy vậy, trái cây Việt Nam tại thị trường Hoa Kỳ đang bị cạnh tranh gay gắt.

Để xuất khẩu bền vững trái cây sang thị trường này, ông Bùi Huy Sơn cho rằng: Doanh nghiệp trong nước cùng nhà nhập khẩu nghiên cứu phương thức thanh toán phù hợp, tránh rủi ro; thuê kho lạnh để bảo quản và bảo đảm chất lượng trái cây tươi; chủ động cập nhật thông tin thị trường hoa Kỳ; kiên trì cung cấp sản phẩm cho các hệ thống phân phối lớn, sản phẩm hữu cơ mới có thể đảm bảo cạnh tranh và xuất khẩu bền vững. “Thị trường Hoa Kỳ hiện ưa chuộng sản phẩm ăn liền, trái cây cần được cắt nhỏ, đóng khay, kèm dĩa, thìa phục vụ ngay cho người tiêu dùng”, ông Bùi Huy Sơn nói.

Tại hội nghị, đã diễn ra các lễ ký kết hợp đồng, hợp tác hỗ trợ đưa nhãn và nông sản tỉnh Hưng Yên lên các sàn TMĐT như: Lazada, Postmart, Sendo, Shopee, Voso; Ký kết hợp tác tiêu thụ nhãn và nông sản giữa 4 doanh nghiệp phân phối là: Công ty CP Dịch vụ Thương mại Tổng hợp VINCOMMERCE, Công ty CP Nông nghiệp hữu cơ FUSA, Công ty CP đầu tư Kim Hưng, Công ty TNHH Shopee cùng 6 doanh nghiệp, HTX nhà vườn...

Việc đưa nhãn lên sàn thương mại điện tử không chỉ nhằm tiêu thụ đặc sản mang tính mùa vụ mà kỳ vọng đây sẽ là hướng đi mới để người nông dân nói chung và người trồng nhãn Hưng Yên nói riêng có thêm kênh phân phối nông sản bền vững, góp phần chuyển đổi số nông nghiệp, nông thôn.

Trước diễn biến phức tạp của dịch COVID-19 trên thế giới, năm 2021 nông sản tỉnh Hưng Yên hiện gặp rất nhiều khó khăn trong tiêu thụ, do đó Hưng Yên đã đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại, đặc biệt trên nền tảng số, truyền thông đa phương tiện để đưa nhãn cũng như nhiều sản phẩm nông sản khác lên các trang thương mại điện tử.

Kết nối bán nhãn lồng Hưng Yên trên nền tảng số, thương mại điện tử tới hơn 20 quốc gia, vùng lãnh thổ để khắc phục những khó khăn trong bối cảnh dịch

COVID-19.

(Bài tuyên truyền thực hiện Nghị quyết 84/NQ-CP ngày 29/5/2020 của Chính phủ).

Khánh Yên