



PHÁT TRIỂN TÔM RỪNG RỪNG NGẬP MẶN Ở VIỆT NAM

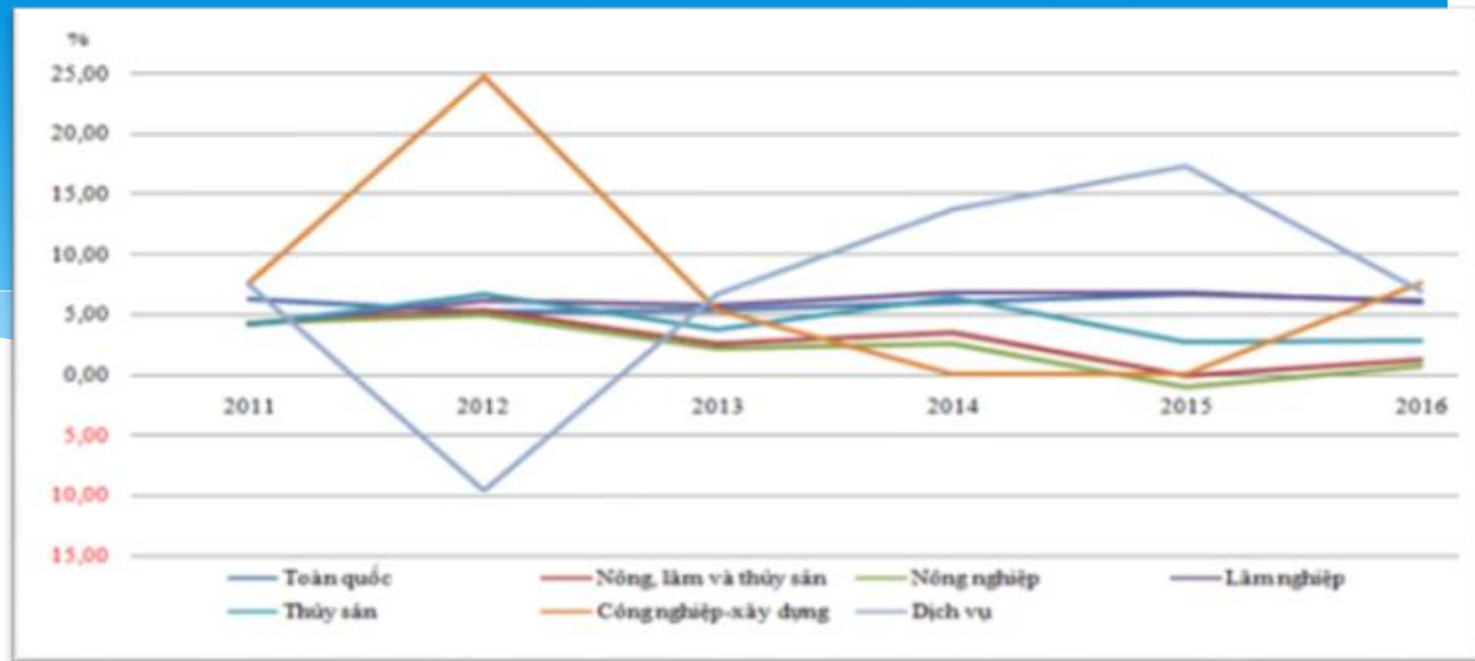


Ths Đinh Xuân Lập – Phó giám đốc ICAFIS

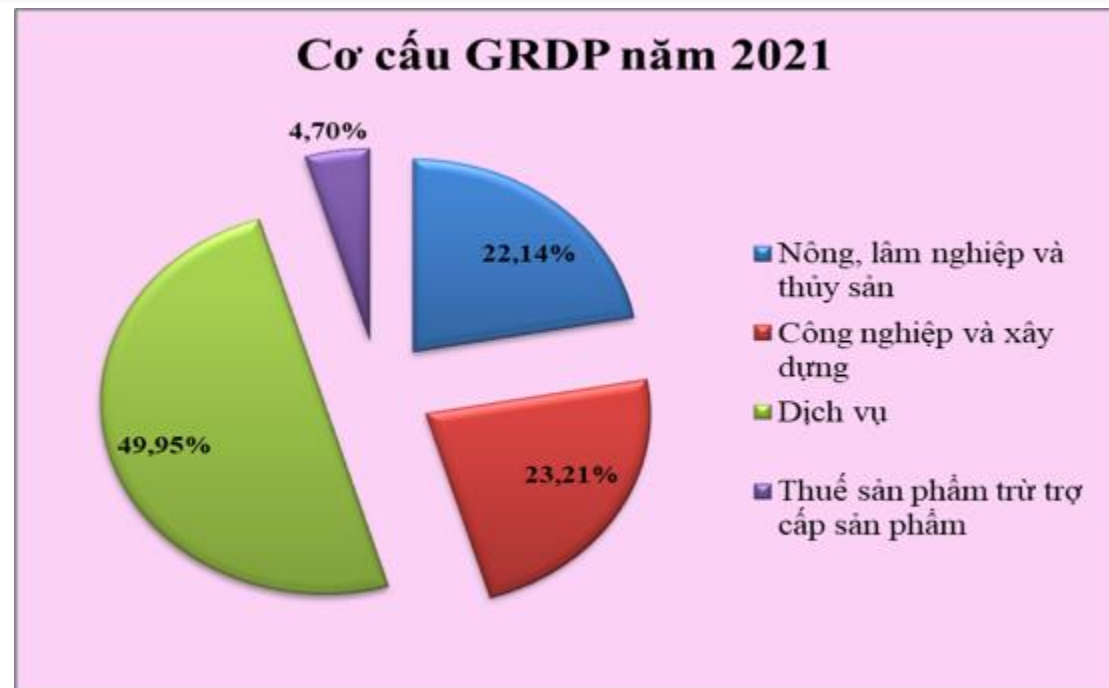


SỰ PHÁT TRIỂN CỦA NUÔI THỦY SẢN VIỆT NAM

* Thủy sản có vai trò quan trọng trong nền kinh tế quốc dân tạo công ăn, việc làm cho trên 5 triệu lao động. Tính bình quân giai đoạn 2011-2021 GDP thủy sản tăng trưởng 4,46%/năm, đóng góp 0,19% vào tăng trưởng kinh tế ngành nông, lâm và thủy sản nói riêng và toàn nền kinh tế nói chung.



Cơ cấu GRDP toàn quốc năm 2021 theo ngành



- * Với gần 1.700.000 ha mặt nước nuôi trồng thủy sản đóng một vị trí quan trọng trong ngành thủy sản Việt Nam. Với chủ trương thúc đẩy phát triển thủy sản là một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, hoạt động nuôi trồng thủy sản đã có những bước phát triển mạnh, trong đó tôm nước lợ và cá tra là hai sản phẩm xuất khẩu chủ lực với sản lượng liên tục tăng cao trong các năm qua, bình quân đạt 12,77%/năm, đóng góp đáng kể vào tăng trưởng tổng sản lượng thủy sản của cả nước.

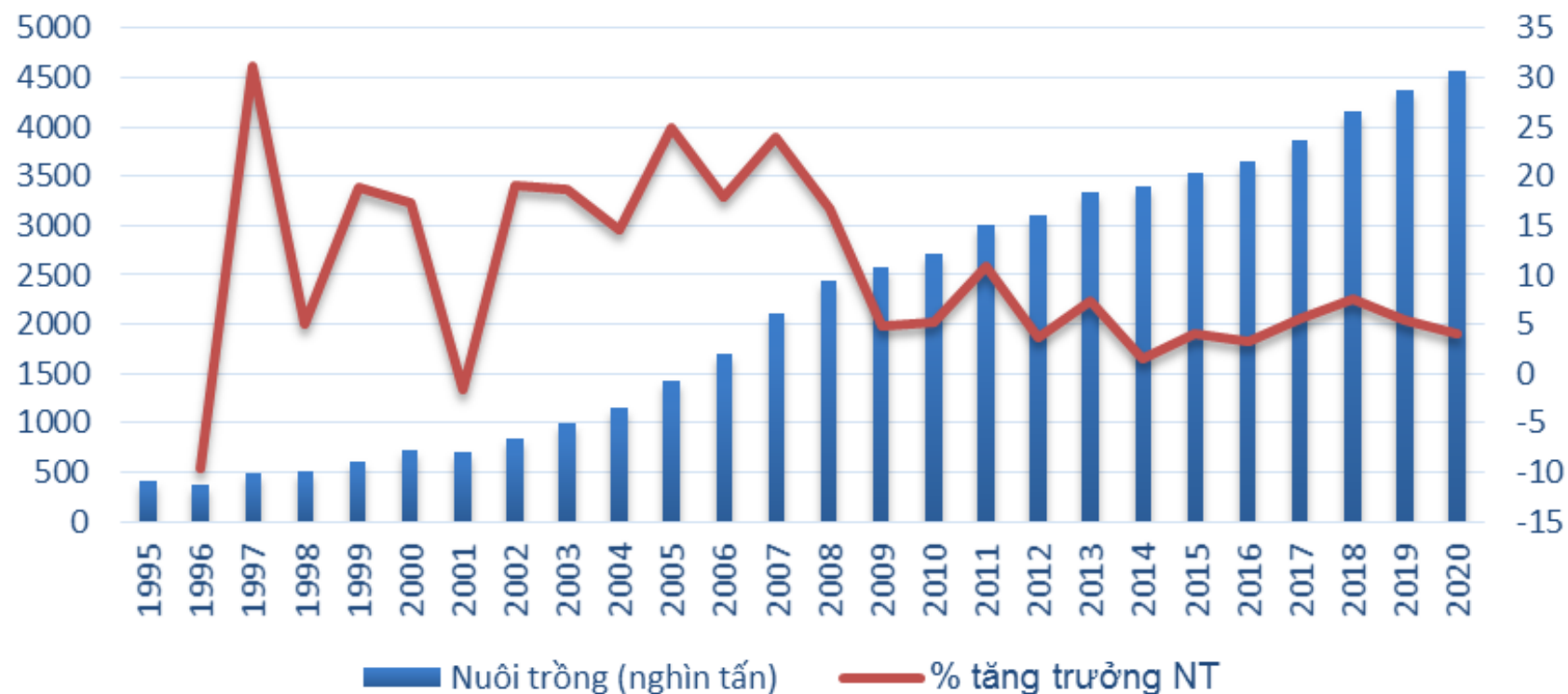
Nước	Sản lượng, triệu tấn	% sản lượng toàn cầu
Trung Quốc	41,108,306	61.7
Ấn Độ	4,209,415	6.3
Việt Nam	3,085,500	4.6
Indonesia	3,067,660	4.6
Bangladesh	1,726,066	2.6
Na uy	1,321,119	2.0
Thái Lan	1,233,877	1.9
Chile	1,071,421	1.6
Ai Cập	1,107,738	1.5
Myanmar	885,169	1.3

10 quốc gia đứng đầu về nuôi thủy sản toàn cầu - Nguồn: FAO, 2012

* Nuôi trồng thủy sản Việt Nam giai đoạn 1995 - 2020

Tuy nhiên, song song với những kết quả đạt được, ngành Thủy sản Việt Nam cũng đang phải đương đầu với không ít những khó khăn về cạnh tranh từ thị trường quốc tế, những rào cản kỹ thuật về vệ sinh an toàn thực phẩm, **hàng loạt tiêu chuẩn mới liên tục được đưa ra đối với các mặt hàng xuất khẩu thủy sản của Việt Nam** (Global GAP, ASC, BAP/ACC...), những thách thức từ nội tại của hệ thống quản lý nhà nước về thủy sản,.....

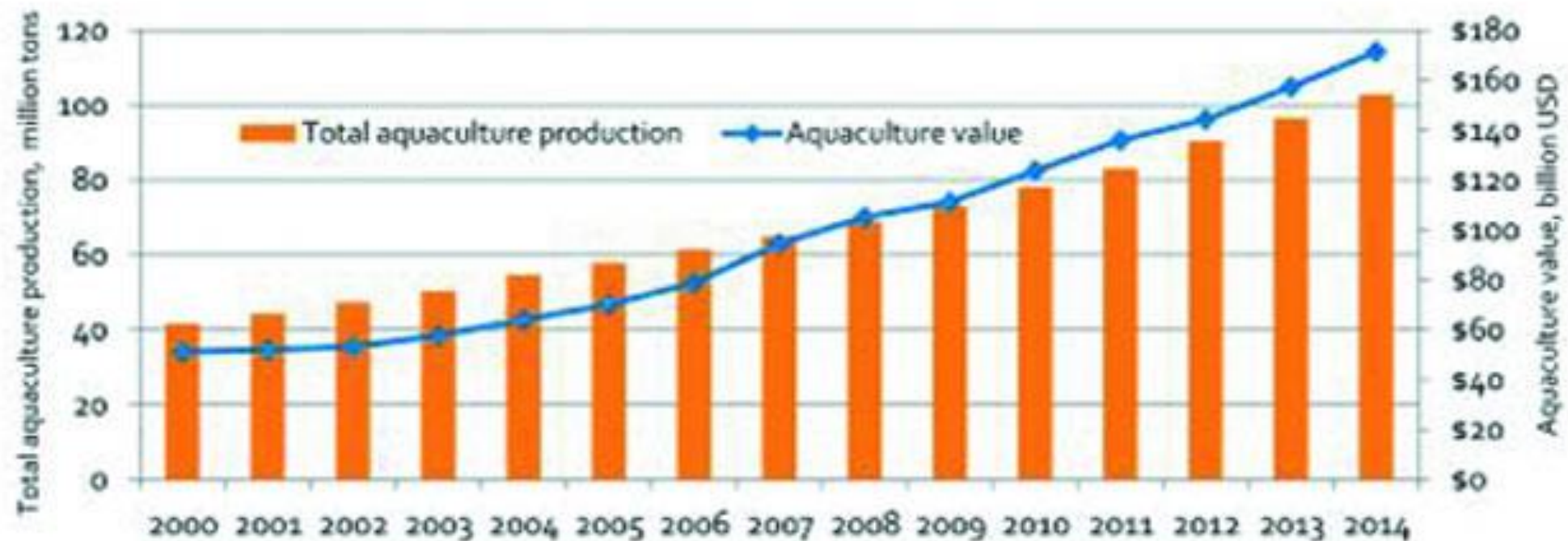
Sản lượng nuôi trồng thủy sản của Việt Nam





XU HƯỚNG THỊ TRƯỜNG SẢN PHẨM NUÔI THỦY SẢN VIỆT NAM

THỊ TRƯỜNG THẾ GIỚI

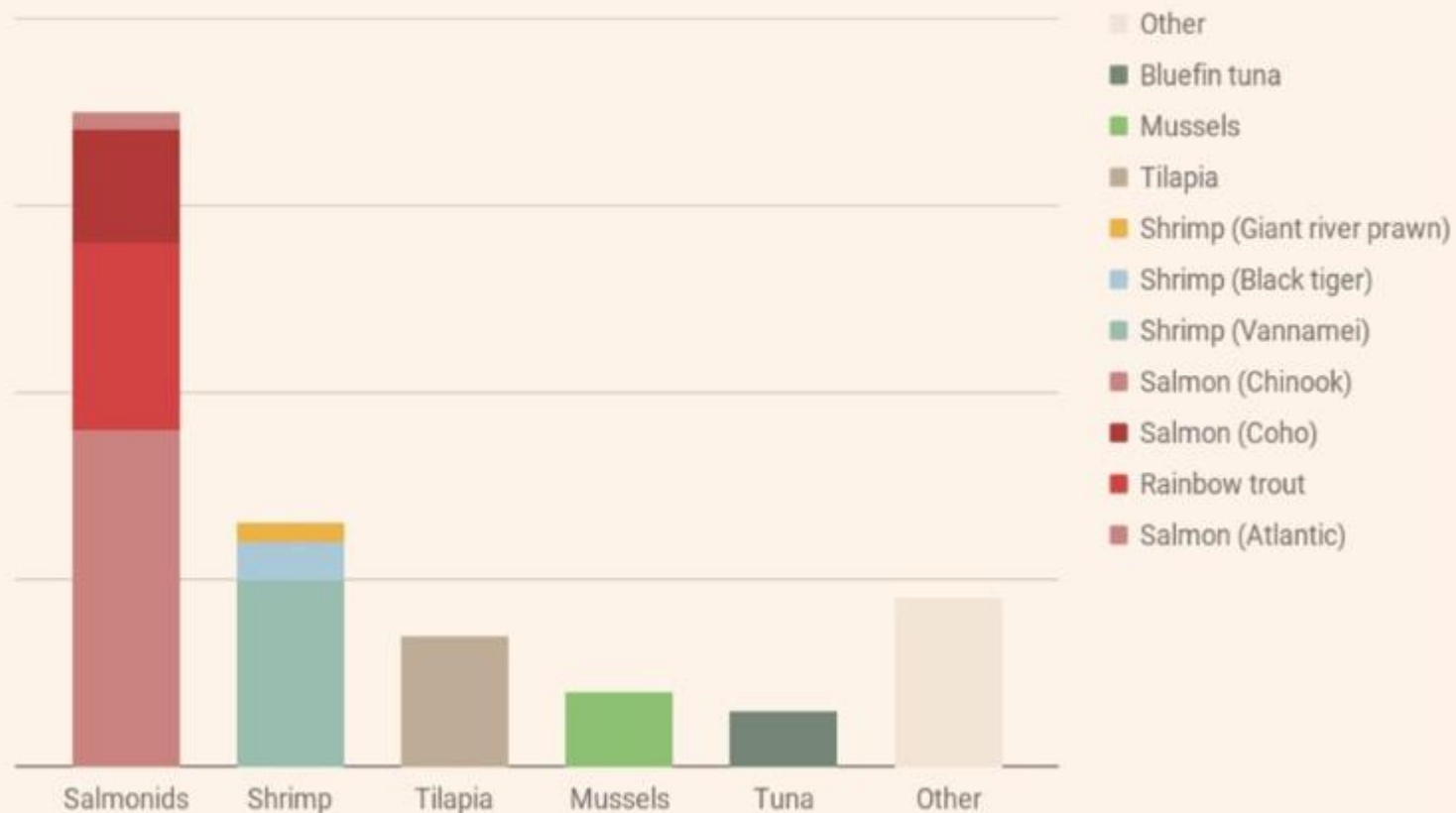


Source: Lux Research, Inc.
www.luxresearchinc.com

Sản phẩm từ nuôi trồng thủy sản trên thế giới ngày càng tăng và được ưu chuộng

Seafood's top 100: Main farmed species

Most popular species farmed by the top 100 companies active in aquaculture



Trong 10 loài nuôi được
ưa chuộng nhất thế giới,
tại Việt Nam hiện đang có
3 loài là **Tôm**, Rô Phi và
Nhuyễn thể

Việt Nam đứng thứ 3 thế giới về xuất khẩu thủy sản trong nhiều năm.

Tôm, Cá Tra, Nghêu là những sản phẩm có thế mạnh lớn trong xuất khẩu thủy sản của Việt Nam

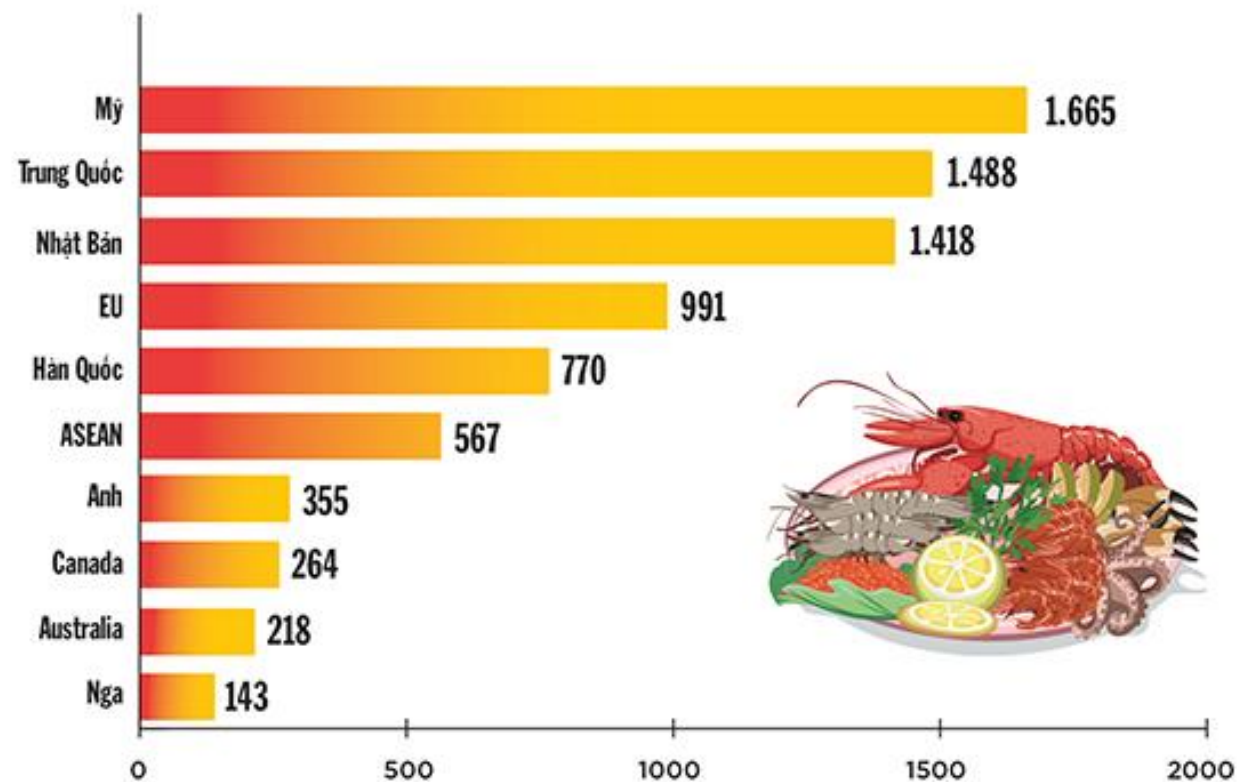
Top 10 nước xuất khẩu thủy sản hàng đầu thế giới (GT: tỷ USD)

STT	Nước XK	2019 (GT)	2020 (GT)	Tăng, giảm (%)
1	Trung Quốc	19,9	18,3	-8%
2	Na Uy	11,7	10,8	-8%
3	Việt Nam	8,58	8,41	-2
4	Ấn Độ	6,77	N/A	N/A
5	Thái Lan	5,6	5,43	-3%
6	Chile	6,14	5,32	-13%
7	Canada	5,65	4,83	-14%
8	Ecuador	5,45	N/A	N/A
9	Nga	4,73	4,72	0%
10	Tây Ban Nha	4,52	4,50	0%

Source: International Trade Center, Chinese customs

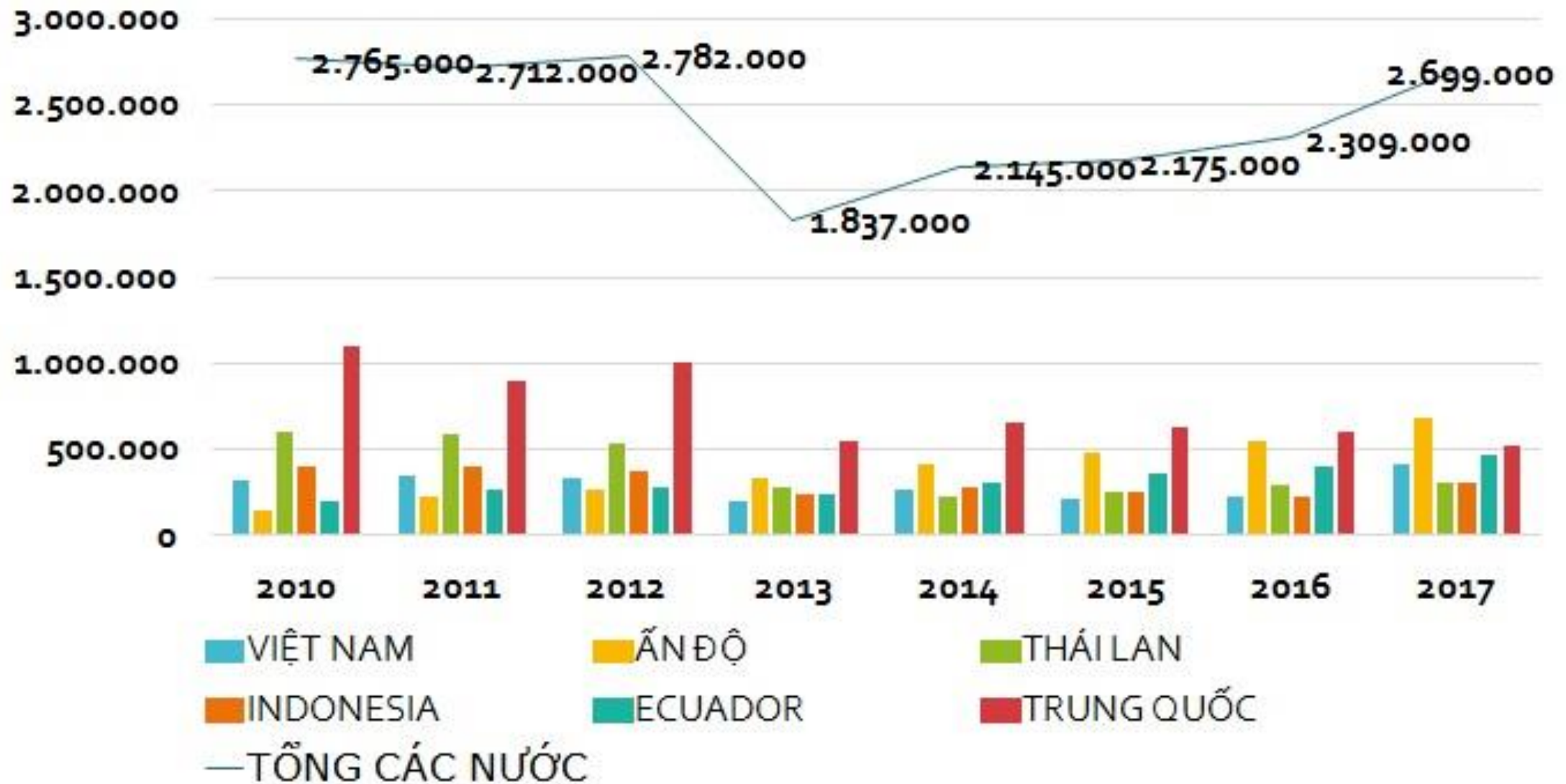
Mỹ, Trung Quốc, Nhật Bản, EU, Hàn Quốc là những thị trường lớn của thủy sản Việt Nam.

10 thị trường xuất khẩu thủy sản năm 2020 (triệu USD)



Nguồn: VASEP
Biểu đồ: TSVN

SẢN LƯỢNG TÔM VIỆT NAM SO VỚI CÁC NƯỚC CUNG ỨNG TÔM HÀNG ĐẦU TRÊN THẾ GIỚI

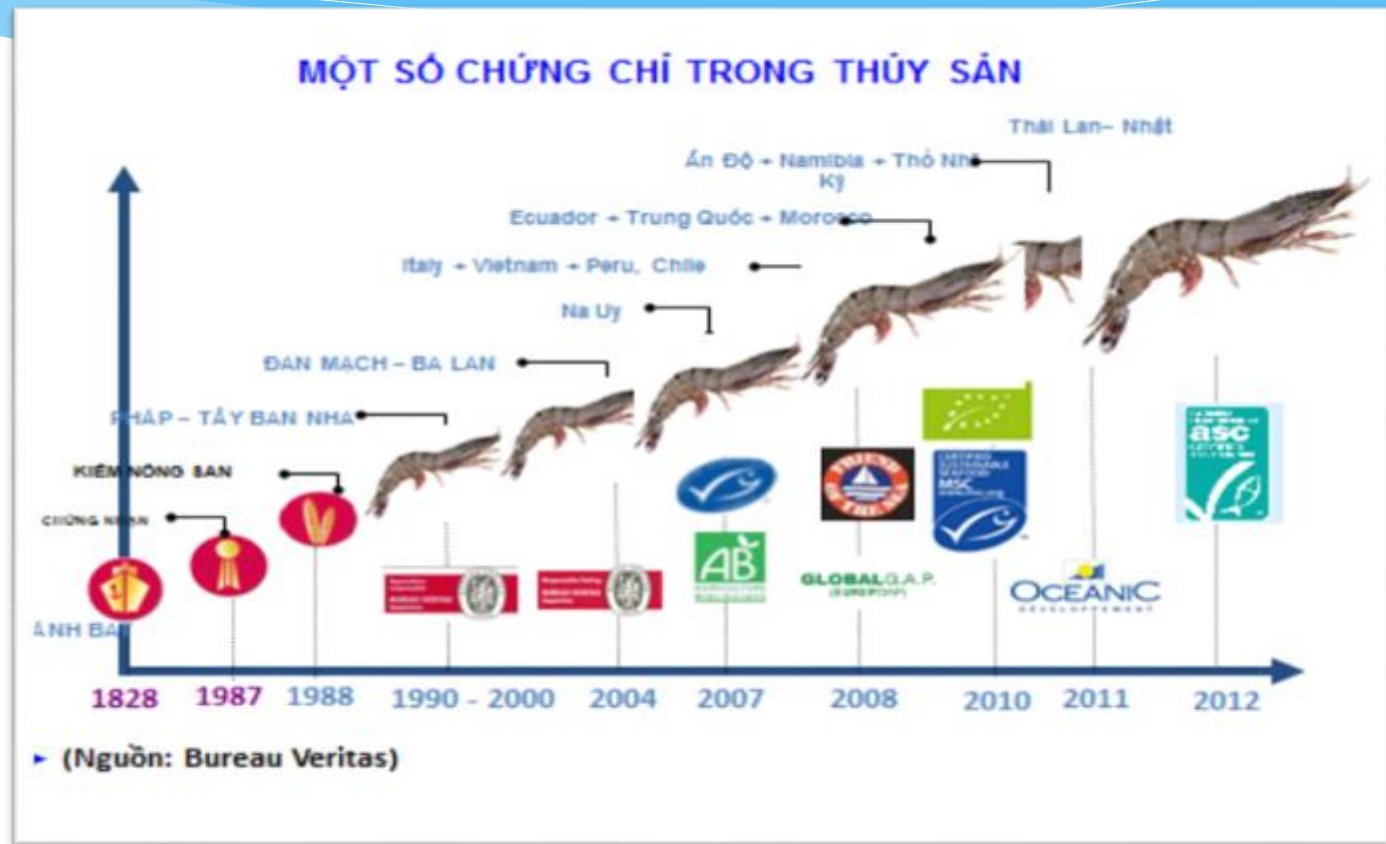




XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN CÁC TIÊU CHUẨN

XU HƯỚNG CHỨNG NHẬN

- * Theo yêu cầu của các nhà mua hàng quốc tế, nuôi trồng thủy sản tại Việt Nam đang áp dụng khá nhiều và đa dạng các hệ thống chứng nhận (Hiện có khoảng 14 hệ thống chứng nhận đang áp dụng và được giới thiệu tại Việt Nam)

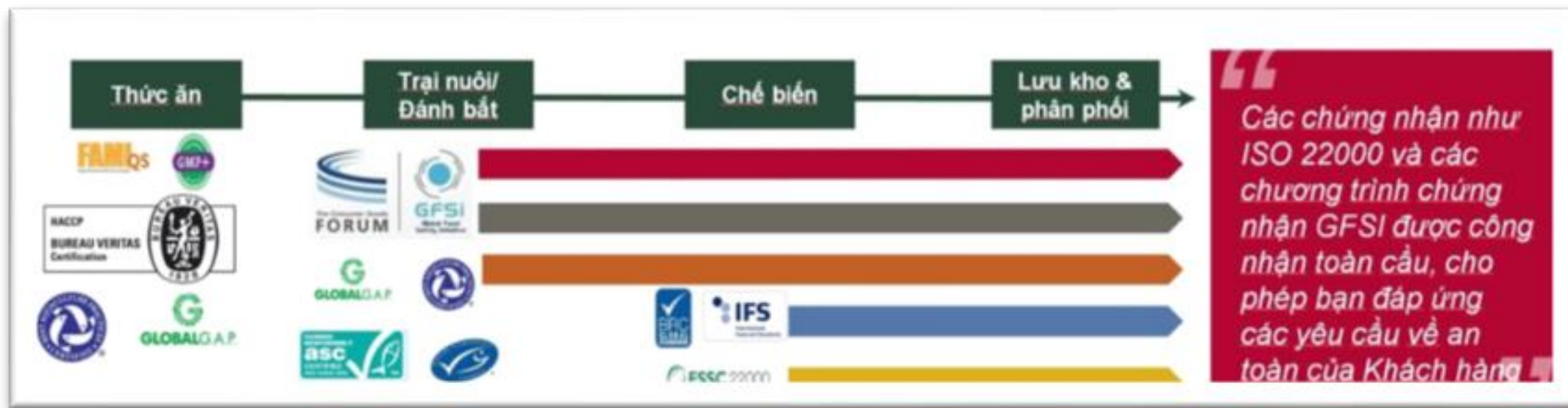


STT	Chứng nhận	Đối tượng nuôi áp dụng	Thị trường	Cơ hội
1	BAP	Tôm, cá rô phi, cá tra	Thị trường chính: Mỹ	Nhà bán lẻ, chuỗi nhà hàng và Nhà chế biến thức ăn tại Bắc Mỹ (Wallmart, Norpad)+ UK
2	GLOBALGAP	Tôm, cá rô phi, cá tra	Thị trường chính EU	Nhà bán lẻ và nhà chế biến thực phẩm thủy sản tại Bắc Âu (Mỹ, UK, NL ...) + Nhật
3	FOS	Tôm, cá rô phi, cá tra	Thị trường chính EU	Nhà bán lẻ và nhà chế biến thức ăn tại EU (Italy, Switzerland, Đức, Pháp)
4	Organic aquaculture (EU)	Tôm	Thị trường chính EU	Chỉ 01 logo cho tất cả các nước EU -> dễ nhận biết cho người tiêu dùng >50% • Theo yêu cầu từ các nhà bán lẻ và chuỗi nhà hàng tại Bắc EU (Đức, UK, Pháp ,Sweden, DK...)
5	ASC	Tôm, cá rô phi, cá tra, nhuyễn thể	Thị trường chính EU	Cam kết của một số nhà bán lẻ C.Âu (AHOLD, MIGROS, METRO, NORDIC, POPPEN...); Thị trường Nhật AEON....
6	SELVA	Tôm	Thủy Sản, EU	Tiêu thụ chính trong hệ thống của Blue You
7	NATURLAND	Tôm	Thị trường chính EU	Tiêu thụ chính ở các nước Bắc Âu

STT	Chứng nhận	Đối tượng nuôi áp dụng	Thị trường	Cơ hội
8	ASIC	Tôm	Thị trường chính: Mỹ	Cam kết hỗ trợ của các nhà bán lẻ Blue Apron – USA; Rubicon Resources – USA; Cheesecake Factory – USA; Santa Monica Seafoods – USA; Seacore Seafoods – Canada; Ecohub Global – Singapore
9	BIO SUISSE	Tôm	Thị trường chính: EU	Thị trường chính Thụy Sĩ
10	USDA NOP	Tôm	Thị trường chính: Mỹ, Nhật Bản	Mỹ, Nhật Bản, Canada
11	VietGap	Các Loài nuôi thủy sản	Việt Nam	Các hệ thống siêu thị và cửa hàng tại Việt Nam
12	Seafood Watch	Các Loài nuôi thủy sản	Thị trường chính Bắc Mỹ	Có hệ thống rộng với trên 2.000 nhà mua hàng, 150,000 điểm bán hàng sử dụng các sản phẩm từ hệ thống của Seafood Watch.
13	MSC	Nghêu (các loài nuôi thả với giống từ tự nhiên)	Châu Âu, Châu Mỹ, Nhật Bản, TQ...	Sản phẩm theo MSC được ưu chuông ở nhiều thị trường với trên 100 quốc gia trên thế giới
14	FAIR TRADE	Nghêu, Tôm ...	Châu Âu, Châu Mỹ	Các sản phẩm gắn kết theo chuỗi và có chia sẻ lợi ích công bằng trong chuỗi

* Truy xuất nguồn gốc sản phẩm theo chuỗi

Đối với lĩnh vực xuất khẩu lương thực, thực phẩm yếu tố VSATTP được đặt lên hàng đầu. Tất cả các nước tham gia xuất khẩu lương thực thực phẩm đều phải có hệ thống truy xuất nguồn gốc thực phẩm. Biến động đồng USD, EUR, Yên... tác động lớn nhu cầu nhập khẩu của Mỹ tăng mức kiểm soát ATTP, ghi nhãn, truy xuất nguồn gốc, bảo hộ sản xuất nội địa và thêm các chứng nhận tự nguyện.



* ASC bắt buộc phải thực hiện truy xuất nguồn gốc: i) Truy xuất nguồn gốc con giống đến bố mẹ; ii) Truy xuất nguồn gốc thức ăn và phải nằm trong nguồn thức ăn bền vững được công nhận; iii) Áp dụng chứng nhận ASC cho vùng nuôi; iv) Áp dụng chứng nhận ASC Coc cho nhà máy chế biến; v) Đánh giá hệ thống cho sản phẩm đến khâu cuối cùng ra thị trường.

* BAP thúc đẩy Trách nhiệm nuôi trồng thủy sản theo hướng “B to C” “Từ nông trại đến bàn ăn”- logo được nhận biết bởi người tiêu dùng với 4 mức độ (4 sao): sao cho thức ăn, sao cho trại giống, sao cho trại nuôi; sao cho nhà máy và hệ thống cung ứng.

* GlobalGap cũng xây dựng hệ thống truy xuất nguồn gốc riêng: i) Nhà sản xuất thức ăn cấp giấy chứng nhận “CFM”; ii) Áp dụng chứng nhận GlobalGap cho vùng nuôi; iii) Chứng nhận “chuỗi hành trình sản phẩm” để truy xuất nguồn gốc trong nhà máy chế biến.




**CHỨNG NHẬN HƯỚNG ĐẾN TÍNH BỀN VỮNG:
AN TOÀN THỰC PHẨM, CHẤT LƯỢNG, TRUY XUẤT NGUỒN GỐC, BỀN VỮNG**



* Chứng nhận hướng đến tính bền vững được ưa chuộng và đẩy mạnh

Cùng với sự phát triển chung của lịch sử nhân loại các hệ thống chứng nhận quốc tế cũng xây dựng các tiêu chí hướng đến phát triển bền vững, tập trung vào các khía cạnh: i) An toàn thực phẩm; ii) Môi trường; iii) Trách nhiệm xã hội gắn liền với... người sản xuất quy mô nhỏ iv) Truy xuất nguồn gốc sản phẩm.





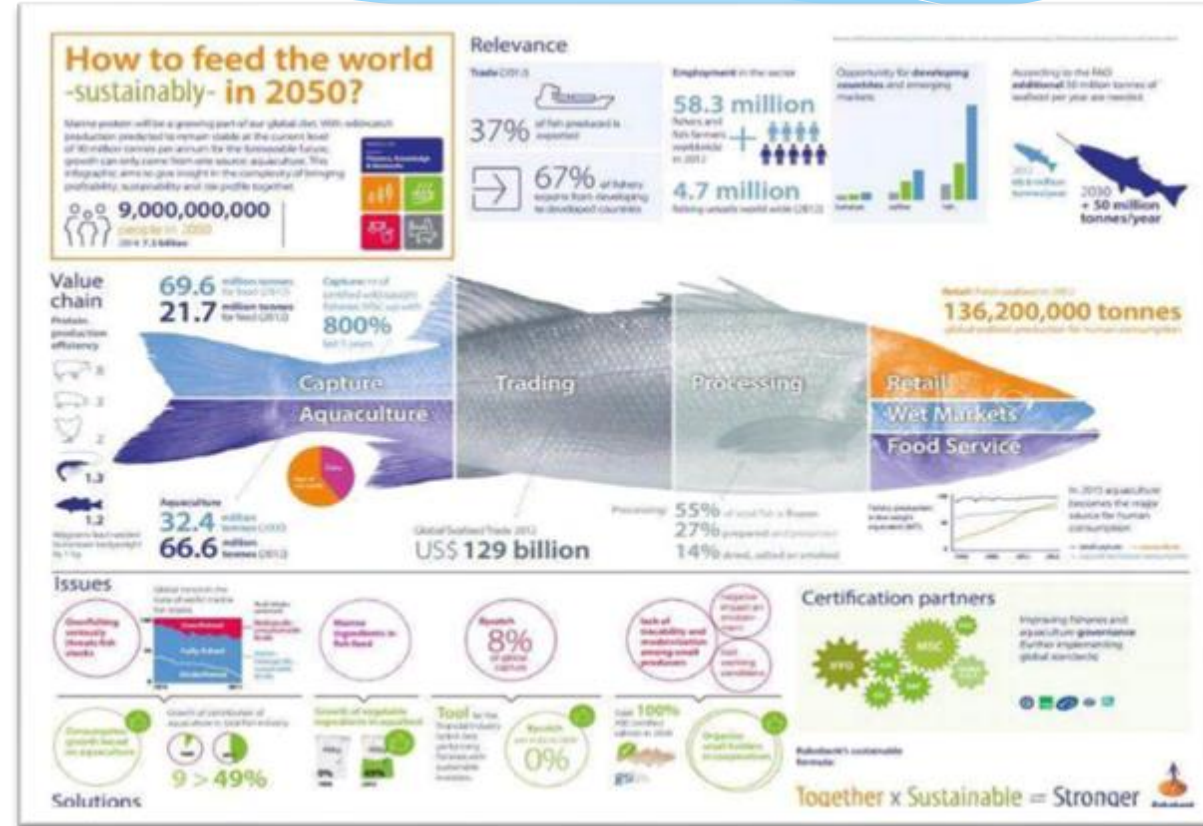
Xu hướng toàn cầu về phát triển bền vững và tiêu thụ sản phẩm bền vững là Sử dụng nhãn sinh thái cho các sản phẩm được nuôi trồng và khai thác bền vững, thân thiện môi trường và gắn liền với đảm bảo trách nhiệm xã hội cũng như quyền con người.

- * Walmart đã cam kết đến 2011 sẽ bán 100% các sản phẩm MSC trong các cửa hàng bán đồ đông lạnh và hải sản tươi của mình tại khu vực bắc Mỹ.
- * 100% sản phẩm cá tầm bột của Iglo ở Đức và Hà Lan sẽ dùng nguyên liệu từ các nghề cá có chứng nhận MSC.

* Áp dụng theo chuỗi, tăng cường sự tham gia của người sản xuất quy mô nhỏ được ưu tiên

Nhằm thúc đẩy mục tiêu thiên niên kỷ (SDG), hướng dẫn của FAO, Các nhà mua hàng quốc tế như Walmart, Cosco, Metro, Smeta...đều có những hoạt động thúc đẩy kinh doanh theo chuỗi có trách nhiệm.

Theo một phân tích mới đây của FAO về xu thế phát triển bền vững gắn với các sản phẩm thủy sản đã chỉ ra rằng để giảm thiểu các tác động xấu về mặt môi trường, xã hội, nguồn lợi ...thì gắn kết sản xuất theo chuỗi là một xu thế tất yếu.



Thực hành trách nhiệm xã hội về lao động

Từ năm 2012 đến nay các bản cập nhật của các hệ thống chứng nhận ASC, MSC, BAP...đều cập nhật các điều khoản về thực hành trách nhiệm xã hội về lao động, đặc biệt là các thực hành về lao động nữ, trẻ em

Sản phẩm nuôi không kháng sinh

Sản phẩm nuôi không sử dụng kháng sinh hoặc ở mức thấp được yêu cầu ở nhiều thị trường như Châu Mỹ, Châu Âu, Nhật Bản, Úc...và được lồng ghép vào các hệ thống chứng nhận. Đặc biệt ASC không chấp nhận các sản phẩm nhiễm kháng sinh



HIỆN TRẠNG RỪNG NGẬP MẶN TẠI VIỆT NAM



HIỆN TRẠNG RỪNG NGẬP MẶN TẠI VIỆT NAM

- * Tổng diện tích RNM khoảng 200.000 ha
- * Quảng Ninh và Đồng bằng Bắc Bộ:
33.874 ha, riêng Quảng Ninh 20.531 ha
Rừng tự nhiên: 20.964 ha
Rừng trồng: 12.910 ha
- * Bắc Trung Bộ: 2.364 ha
Rừng tự nhiên: 8.62 ha
Rừng trồng: 1.502 ha



HIỆN TRẠNG RỪNG NGẬP MẶN TẠI VIỆT NAM



- * Nam Trung Bộ: 2.290 ha (rừng trồng)
- * Đông Nam Bộ: 38.015 ha
- * Rừng tự nhiên: 13.058 ha
- * Rừng trồng: 2.4957 ha
- * Tây Nam Bộ: 128.537 ha
- * Rừng tự nhiên: 22.400 ha
- * Rừng trồng: 106.137 ha

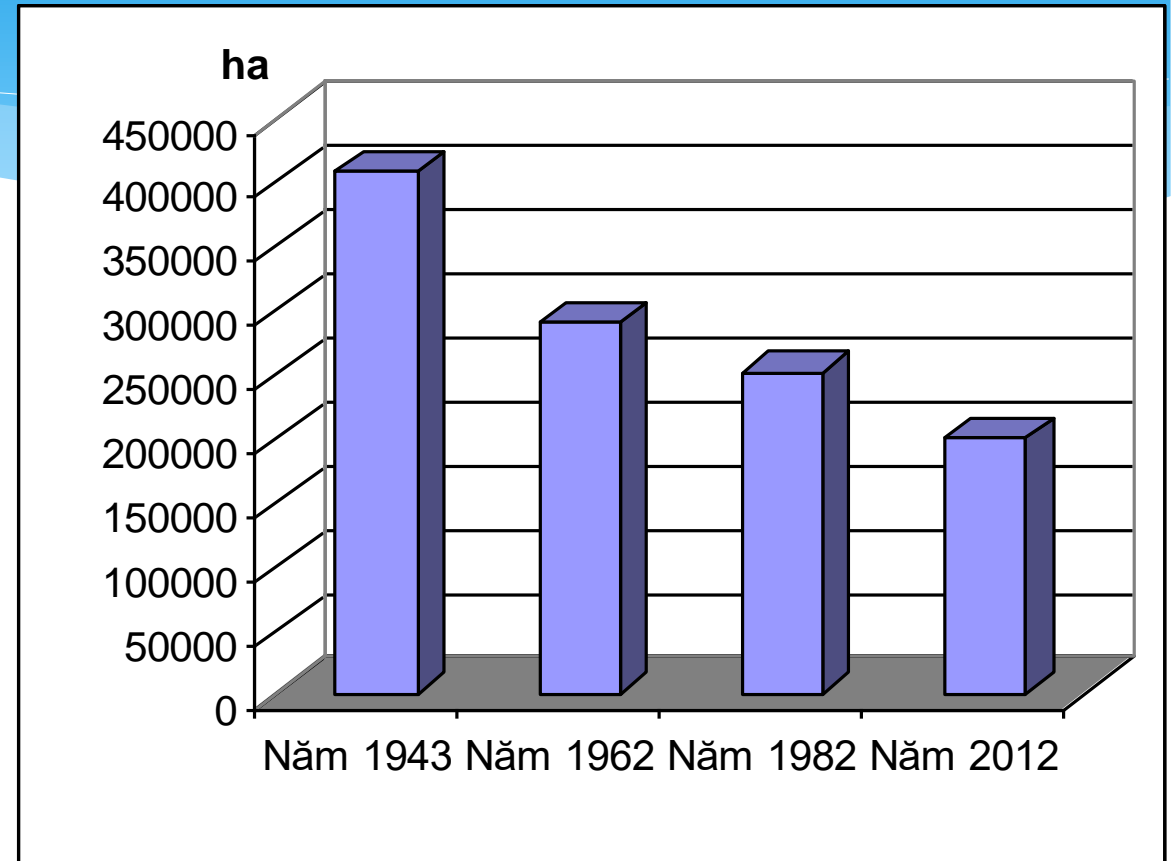
VAI TRÒ CỦA RỪNG NGẬP MẶN



- Có giá trị cao về đa dạng sinh học, là bãi đẻ của nhiều loài thủy, hải sản
- RNM đóng vai trò quan trọng trong việc điều hoà khí hậu, hạn chế bão lũ, triều cường.
- RNM có khả năng hạn chế xâm nhập mặn và bảo vệ nước ngầm.
- Là vành đai ven biển chống xói mòn và bảo vệ các khu dân cư khỏi bão gió.

DIỄN BIẾN RỪNG NGẬP MẶN

- * **Năm 1943:** 408.500 ha
- * **Năm 1962:** 290.000 ha
- * **Năm 1982:** 252.000 ha
- * **Năm 2006:** 200.000 ha



Rừng ngập mặn suy giảm mạnh trong 70 năm vừa qua

RNM ở ĐBSCL

* Ở Đồng bằng sông Cửu Long, diện tích rừng ngập mặn năm 1953 khoảng 190.812 ha giảm chỉ còn khoảng 29.534 ha vào năm 1995, đặc biệt ở Cà Mau có khoảng 53.969 ha rừng ngập mặn được chuyển thành đất nuôi tôm trong năm 1993

(Sở Nông Lâm Thủy Sản, 1996).



Các nguyên nhân chính suy giảm RNM



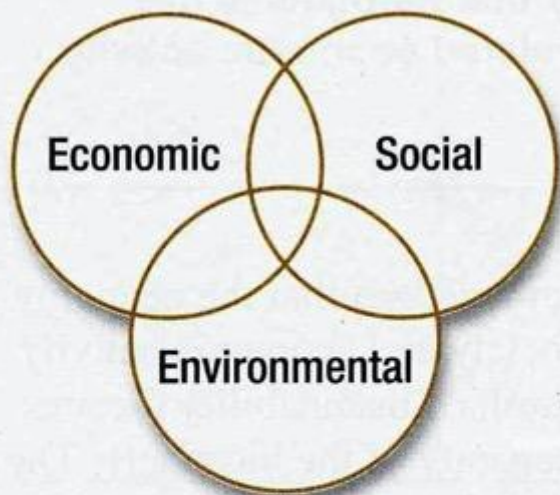
- * Phá rừng ngập mặn và đắp bờ kè làm đầm nuôi trồng thủy sản **(nuôi tôm)**
- * Gió bão, sóng biển tàn phá rừng sụt lở
- * Khai thác quá mức gỗ, củi RNM và tài nguyên
- * Ô nhiễm môi trường
- * Chính sách chưa khuyến khích

Việt Nam đã mất một nửa diện tích rừng ngập mặn trong hơn 30 năm qua, đặc biệt là để nhường chỗ cho các ao nuôi tôm

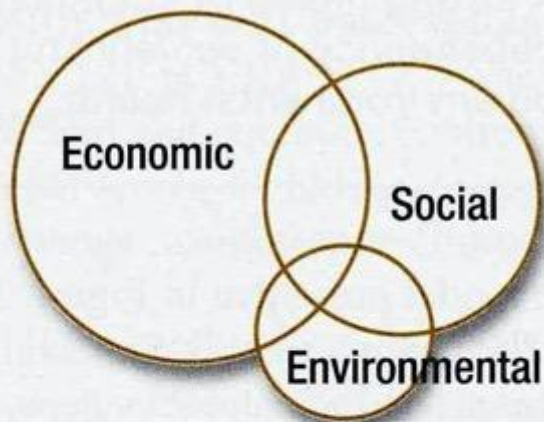


CÁC THÁCH THỨC CỦA PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG GẮN VỚI RỪNG NGẬP MẶM

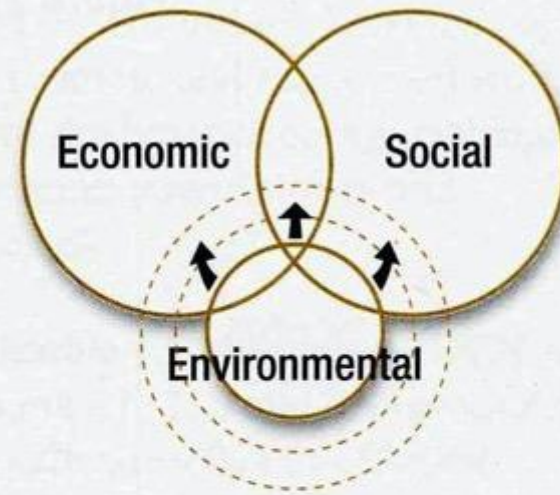




Lý thuyết



Hiện tại



Cần thay đổi

Figure 1 The three pillars of sustainable development, from left to right, the theory, the reality and the change needed to better balance the model

Sơ đồ phát triển bền vững ở mức thấp

Về góc độ kinh tế



- Cây rừng ngập mặn không có nhiều giá trị về lấy gỗ
- Thời gian trồng và có thể thu hoạch lâu, khu vực rừng ngập mặn cũng không có nhiều sinh kế nên **người dân khó khăn trong các khoản thu nhập hàng ngày – hàng tháng**
- Tôm là loài nuôi có giá trị kinh tế cao, diện tích mặt lớn càng lớn sẽ có nhiều diện tích thả tôm hơn nên người dân có xu hướng **thích diện tích mặt nước lớn hơn diện tích rừng che phủ**

Về góc độ môi trường

- * Rừng có ý nghĩa lớn trong cân bằng môi trường sinh thái cũng như bảo vệ các vùng đất phía trong. Tuy nhiên dân nuôi tôm không thích có rừng nhiều vì lá cây rụng sẽ làm tăng lượng mùn bã hữu cơ và có thể gây bệnh, rễ cây làm cản trở quá trình thu tôm



Về góc độ xã hội

- * Cộng đồng tham gia bảo vệ và phát triển rừng mang lại giá trị chung cho cộng đồng và môi trường. Tuy nhiên chưa được chia sẻ các giá trị một cách tương xứng, nên khó khuyến khích người dân trong bảo vệ rừng





TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG VÀ CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG BẢO VỆ VÀ PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG RỪNG NGẬP MẶN



TIẾP CẬN THỊ TRƯỜNG

- * **Xây dựng hệ thống tiêu chuẩn bền vững**
- * Đưa các tiêu chí về bảo vệ môi trường và bảo vệ rừng vào là một trong những tiêu chí bắt buộc của nuôi tôm rừng bền vững.
- * Xây dựng các tiêu chí thực hành nuôi thân thiện với môi trường, không dùng thuốc hoá chất...vào tiêu chuẩn
- * Đưa tiêu chí về thu hoạch có chọn lọc không gây ảnh hưởng đến môi trường vào tiêu chuẩn



Kỹ thuật nuôi tôm – rừng

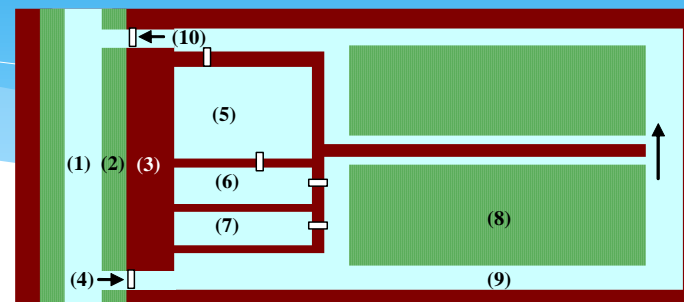
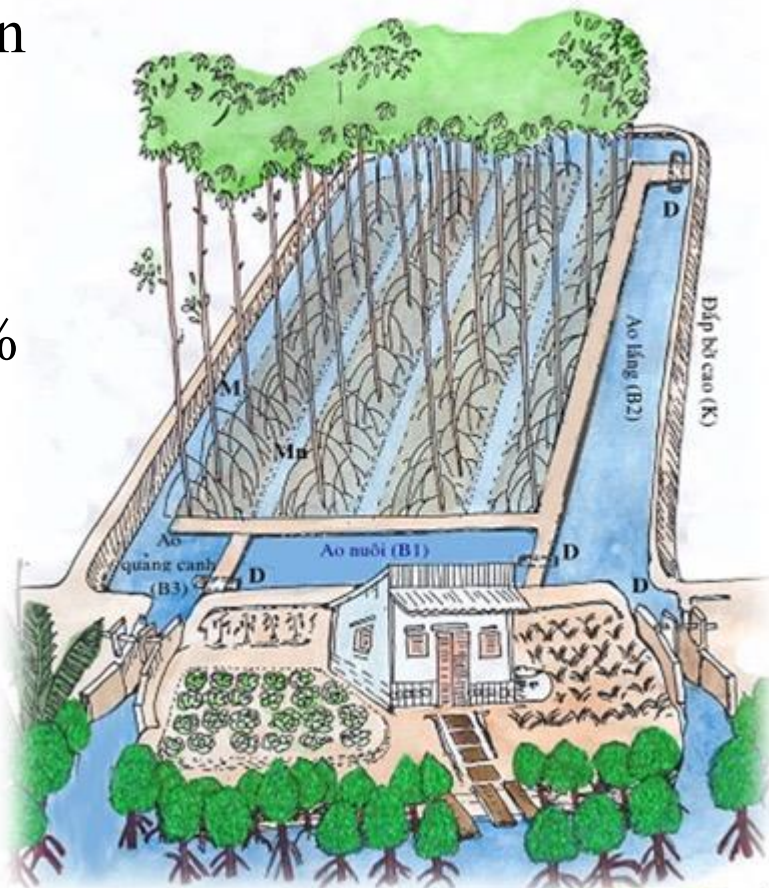
- * Phát triển từ giữa thập niên 1970
- * Tập trung ở vùng đệm ven biển
- * Phổ biến nhất ở Cà Mau
- * Quản lý dưới dạng Lâm Ngư trường – cho người dân thuê khoán
- * Rừng chiếm 50-70%, mương 30-50%, chủ yếu rừng được <15 tuổi.
- * Quản lý theo dạng quảng canh cải tiến
- * Một số vùng đã được công nhận là nuôi tôm sinh thái bởi Naturland



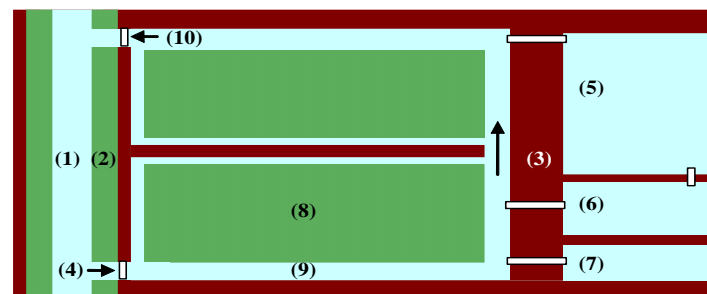
Thiết kế mô hình nuôi

Các mô hình cải tiến

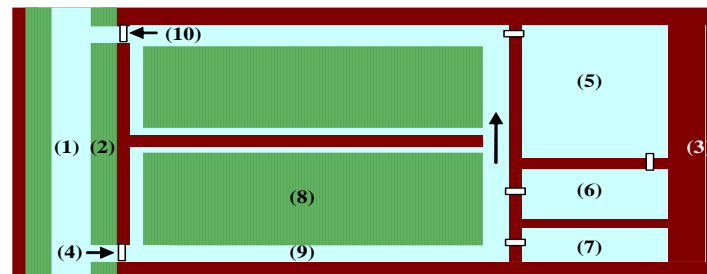
Thiết kế đảm bảo
diện tích rừng >50%



2. Kênh - Nhà - Ao - Rừng



3. Kênh - Rừng - Nhà - Ao



4. Kênh - Rừng - Ao - Nhà

Thúc đẩy và tăng nhu cầu thị trường

- Chứng nhận sinh thái có giá xuất khẩu cao hơn 20-30% so với tôm thông thường: EU, Naturland, Bio Suisse, Selva Shrimp

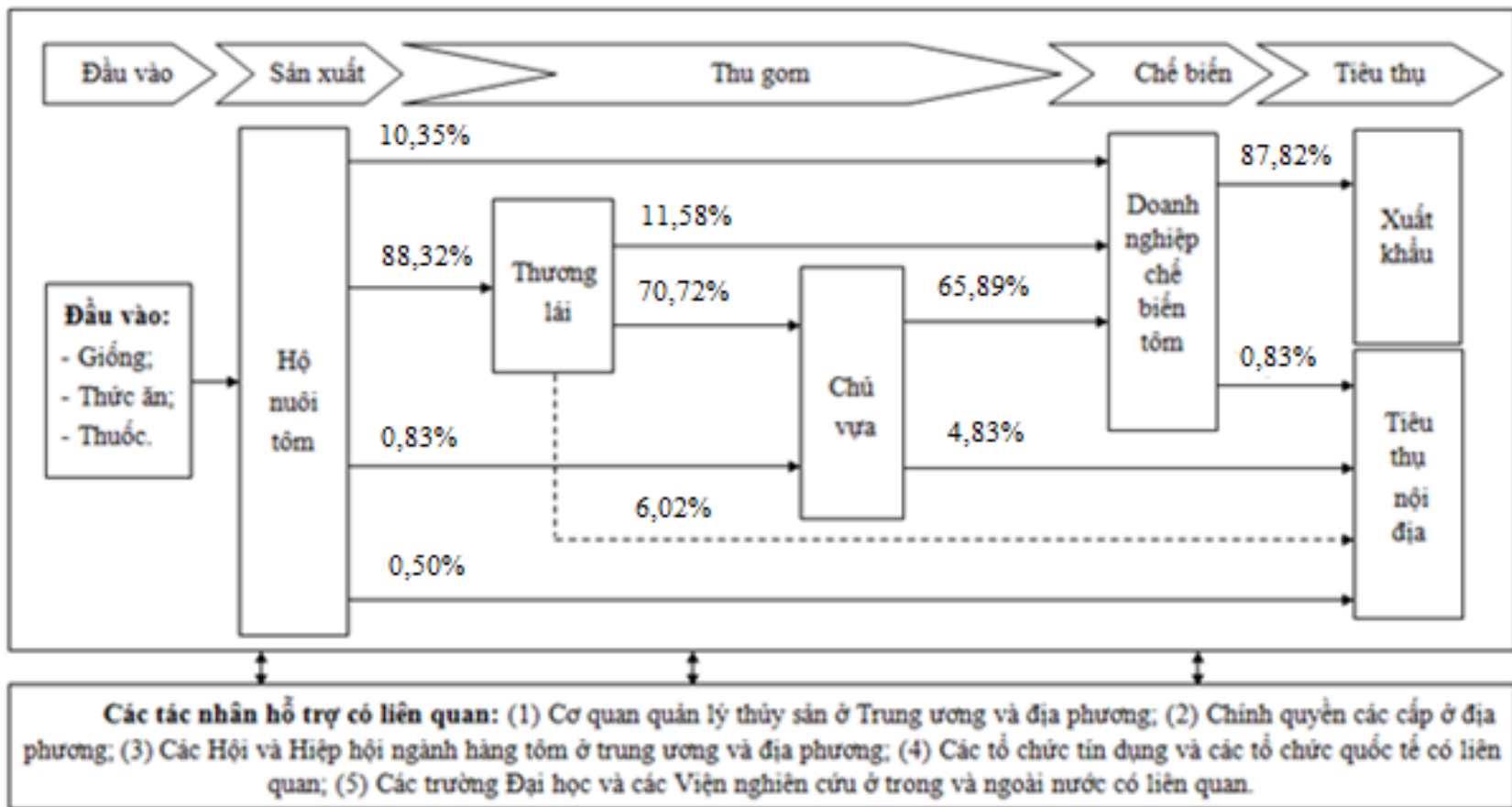


Chứng nhận có thể áp dụng và thị trường với TÔM RỪNG

Chứng nhận	Thị trường	Cơ hội
BAP	Thị trường chính Mỹ	Nhà bán lẻ, chuỗi nhà hàng và Nhà chế biến thức ăn tại Bắc Mỹ (Wallmart, Norpad)+ UK
GLOBALGAP	Thị trường chính EU	Nhà bán lẻ và nhà chế biến thực phẩm thủy sản tại Bắc Âu (Mỹ, UK, NL ...) + Nhật
FOS	Thị trường chính EU	Nhà bán lẻ và nhà chế biến thức ăn tại EU (Italy, Switzerland, Đức, Pháp)
Organic aquaculture (EU)	Thị trường chính EU	Chỉ 01 logo cho tất cả các nước EU -> dễ nhận biết cho người tiêu dùng >50% • Theo yêu cầu từ các nhà bán lẻ và chuỗi nhà hàng tại Bắc EU (Đức, UK, Pháp ,Sweden, DK...)

Chứng nhận	Thị trường	Cơ hội
ASC	Thị trường chính EU	Cam kết của một số nhà bán lẻ C.Âu (AHOLD, MIGROS, METRO, NORDIC, POPPEN...); Thị trường Nhật AEON....
SELVA		Tiêu thụ chính trong hệ thống của Blue You
NATURLAND	Thị trường chính EU	Tiêu thụ chính ở các nước Bắc Âu
ASIC	Thị trường chính là Mỹ	Cam kết hỗ trợ của các nhà bán lẻ Blue Apron – USA; Rubicon Resources – USA; Cheesecake Factory – USA; Santa Monica Seafoods – USA; Seacore Seafoods – Canada; Ecohub Global – Singapore
BIO SUISSE	Thị trường chính EU	Thị trường chính Thụy Sĩ

TIẾP CẬN CHUỖI GIÁ TRỊ



Sơ đồ chuỗi giá trị tôm sú ở ĐBSCL năm 2015

* Do đặc điểm nghề nuôi tôm tại ĐBSCL chủ yếu ở quy mô hộ gia đình nên chuỗi giá trị tôm có sự đa dạng với sự tham gia của nhiều tác nhân và hình thành nhiều kênh sản xuất tiêu thụ khác nhau. Mặc dù vậy, chuỗi giá trị nói chung được bắt đầu từ những tác nhân cung cấp các yếu tố đầu vào như giống (tôm post/PL), thức ăn, thuốc/ hóa chất và các vật tư đầu vào khác cho người nuôi tôm, sau đó là các cơ sở thu gom, doanh nghiệp chế biến xuất khẩu và tiêu thụ nội địa.



CÁC CHUỖI LIÊN KẾT CHUỖI TÔM RỪNG HÌNH THÀNH TRONG NHỮNG NĂM VỪA QUA

STT	Tên đơn vị	Diện tích nuôi tôm sinh thái			
		Diện tích (ha)	Số hộ (hộ)	Doanh nghiệp	Chứng nhận
1	Cty LN Ngọc Hiền	6.165	885	Camimex	Naturland
2	Tam Giang I	1.200	200	Seanamico	Naturland
		1.744	312	CASES	EU
3	Năm Căn	416	104	Phương Anh	Naturland/EU
5	Kiến Vàng	2.800	507	Minh Phú	Selva shrimp
6	Đầm Dơi	108	1	CASES	BAP/ASC
7	Nhưng Miên	1.390	240	Seanamico	Naturland
		2.902	741	Minh Phú	Naturland
		2.902	699	Minh Phú	Selva shrimp
9	Đất Mũi	2.000	635	Quốc Việt	Naturland

Các doanh nghiệp liên kết trong sản xuất tôm rừng theo hướng chứng nhận tại các tỉnh ĐBSCL

CÁC CHUỖ LIÊN KẾT HÌNH THÀNH TRONG NHỮNG NĂM VỪA QUA

TT	Tên đơn vị	Diện tích nuôi tôm sinh thái			
		Diện tích (ha)	Số hộ (hộ)	Doanh nghiệp	Chứng nhận
1	HTX Đồng Tiến, THT Tiền Phong – Bạc Liêu	352	204	Thiên Phú	ASC
3	Ba Tri – Bến Tre	350	217	Cửu Lpng	Naturland/EU
4	CECAD – Duyên Hải, Trà Vinh	360	184	Cửu Long	ASIC

Các doanh nghiệp liên kết trong sản xuất tôm rừng theo hướng chứng nhận tại Các tỉnh ĐBSCL

CHÂN THÀNH CẢM ƠN!

