TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

# Gạo Việt tìm dư địa tăng giá trị trên thị trường quốc tế

06:17 16/09/2026

Sau giai đoạn chịu sức ép từ giá xuất khẩu giảm, ngành gạo Việt Nam đang ghi nhận những tín hiệu tích cực khi giá bình quân bắt đầu phục hồi, trong khi nhu cầu tại một số thị trường lớn vẫn duy trì. Tuy nhiên, cơ hội cải thiện kim ngạch không chỉ nằm ở sản lượng mà ngày càng phụ thuộc vào khả năng nâng chất lượng, xây dựng thương hiệu và chuyển dịch sang những phân khúc có giá trị cao hơn.

Theo Bộ Nông nghiệp và Môi trường, 8 tháng năm 2026, Việt Nam xuất khẩu hơn 6 triệu tấn gạo, thu về gần 2,91 tỷ USD. So với cùng kỳ năm trước, lượng gạo xuất khẩu giảm khoảng 5%, trong khi giá trị giảm 10,7%. Chênh lệch giữa mức giảm về lượng và giá trị cho thấy giá bán vẫn là điểm nghẽn đáng chú ý đối với hiệu quả xuất khẩu gạo trong năm nay.

Dù vậy, thị trường đã xuất hiện dấu hiệu cải thiện từ giữa năm. Giá xuất khẩu gạo bình quân trong tháng 7 đạt 511 USD/tấn, tăng 5,8% so với cùng kỳ năm 2025. Đây là lần đầu tiên trong năm giá bình quân ghi nhận mức tăng so với cùng kỳ, tạo kỳ vọng kết quả xuất khẩu những tháng cuối năm có thể tích cực hơn.

## Thị trường mở rộng nhưng cạnh tranh cũng gia tăng

Triển vọng cung cầu gạo toàn cầu đang tạo thêm dư địa cho các nước xuất khẩu, trong đó có Việt Nam. Cân đối cung - cầu niên vụ 2026-2027 được dự báo có khả năng chuyển sang trạng thái thâm hụt, trong khi thương mại gạo thế giới tiếp tục duy trì ở mức cao.



Gạo Việt Nam đang có thêm cơ hội nâng giá trị khi giá xuất khẩu phục hồi và nhu cầu tại một số thị trường lớn gia tăng (Ảnh AI)

Philippines vẫn là thị trường đáng chú ý khi có nhu cầu nhập khẩu phục vụ dự trữ. Tuy nhiên, khả năng thị trường này xem xét các biện pháp phòng vệ cũng đặt ra yêu cầu cao hơn đối với doanh nghiệp Việt Nam. Không chỉ cạnh tranh về giá, doanh nghiệp cần nâng chất lượng, đáp ứng tiêu chuẩn và chủ động thích ứng với những thay đổi trong chính sách thương mại.

Tại Trung Quốc, nhu cầu nhập khẩu cũng xuất hiện những tín hiệu đáng chú ý, nhất là đối với gạo tấm sử dụng trong ngành thức ăn chăn nuôi. Đây là hướng tiêu thụ có thể mở rộng đầu ra cho gạo nguyên liệu, đồng thời giúp doanh nghiệp đa dạng hóa cơ cấu sản phẩm.

Một số thị trường châu Phi tiếp tục có nhu cầu, tạo thêm không gian cho các nhà xuất khẩu. Ngược lại, Indonesia chưa có kế hoạch nhập khẩu gạo trong năm 2026 do nguồn cung và lượng dự trữ trong nước ở mức cao. Diễn biến trái chiều giữa các thị trường cho thấy việc phụ thuộc vào một số khách hàng truyền thống sẽ tiềm ẩn nhiều rủi ro.

Trong bối cảnh đó, doanh nghiệp cần chuyển mạnh từ tư duy chạy theo sản lượng sang quản trị thị trường và giá trị. Việc theo dõi sát cung cầu toàn cầu, chính sách nhập khẩu, diễn biến thời tiết tại các nước sản xuất lớn sẽ giúp doanh nghiệp chủ động hơn trong kế hoạch thu mua, sản xuất và ký hợp đồng.

**Nâng chất lượng để giữ giá trị trong chuỗi**

Một trong những hướng đi được ngành gạo đặt ra là xây dựng vùng nguyên liệu đạt tiêu chuẩn xuất khẩu sang các thị trường yêu cầu cao như EU và Nhật Bản. Mô hình hợp tác xã liên kết với doanh nghiệp, có sự quản lý và giám sát của Nhà nước, được kỳ vọng giúp kiểm soát tốt hơn chất lượng từ vùng sản xuất đến khâu xuất khẩu.

Hiệp hội Lương thực Việt Nam cũng đề xuất tiếp tục đàm phán các nghị định thư về gạo với thị trường nhập khẩu, thúc đẩy các cuộc đàm phán kỹ thuật theo hướng gắn với chuỗi giá trị và đáp ứng yêu cầu của những thị trường tiềm năng, giá trị cao.

Song song với mở rộng thị trường, xây dựng thương hiệu đang trở thành yêu cầu quan trọng để nâng giá trị hạt gạo Việt Nam. Hiệp hội đề xuất xây dựng thương hiệu gạo quốc gia, trước mắt nghiên cứu mô hình thí điểm phát triển thương hiệu gạo vùng Đồng bằng sông Cửu Long với hai giống ST24 và ST25, gắn với câu chuyện văn hóa Óc Eo.

Việc xây dựng thương hiệu nếu được triển khai đồng bộ với vùng nguyên liệu, tiêu chuẩn chất lượng và hệ thống truy xuất nguồn gốc sẽ giúp gạo Việt từng bước thoát khỏi cạnh tranh thuần túy về giá. Khi đó, giá trị gia tăng có thể được tạo ra ngay từ khâu sản xuất thay vì chỉ tập trung ở khâu thương mại.

Hiệp hội Lương thực Việt Nam đồng thời kiến nghị thúc đẩy các hợp đồng cấp Chính phủ với những thị trường nhập khẩu trọng điểm nhằm tạo đầu ra ổn định hơn cho doanh nghiệp. Cùng với đó, đề xuất xây dựng Đề án tái cấu trúc ngành kinh doanh xuất khẩu gạo theo định hướng Chiến lược phát triển thị trường xuất khẩu gạo Việt Nam đến năm 2030.

Những giải pháp này cho thấy bài toán của ngành gạo hiện nay không đơn thuần là xuất khẩu được bao nhiêu tấn, mà là bán được với giá nào và giữ lại bao nhiêu giá trị cho người sản xuất, doanh nghiệp và toàn chuỗi.

Trong những tháng cuối năm, sự phục hồi của giá xuất khẩu cùng nhu cầu tại một số thị trường lớn đang tạo cơ hội để ngành gạo cải thiện kết quả. Tuy nhiên, để biến cơ hội thị trường thành tăng trưởng bền vững, gạo Việt cần đi xa hơn bằng chất lượng, thương hiệu, vùng nguyên liệu và khả năng đáp ứng những tiêu chuẩn ngày càng cao của thị trường quốc tế.

**Nam Sơn** *(t/h)*