TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hàng hóa xuất khẩu của Việt Nam đang có cơ hội mở rộng thị trường

10:00 03/07/2025

Doanh nghiệp Việt đang tranh thủ lợi thế từ các Hiệp định thương mại tự do (FTA) Việt Nam tham gia và đã có hiệu lực để khai thác, mở rộng thị trường xuất khẩu từ đó giảm phụ thuộc một số thị trường truyền thống.

Việt Nam - điểm đến mong muốn của các nhà đầu tư Algeria

Hiện nay, các doanh nghiệp Algeria đang quan tâm đến nhập khẩu những mặt hàng như nguyên liệu nhựa, thức ăn chăn nuôi, thuốc thú y, hóa chất, hương liệu thực phẩm… từ Việt Nam. Đồng thời mong muốn liên doanh, liên kết với đối tác Việt Nam trong các lĩnh vực sản xuất bánh kẹo, đồ gỗ, sắt thép, dược phẩm,...



Một trung tâm mua sắm tại Malaysia. Ảnh Zon.com.

Ông Maamar-Djellal Serandi, Chủ tịch Phòng Thương mại và Công nghiệp tỉnh Tipaza, Algeria cho biết, Tipaza hiện đang thúc đẩy phát triển các ngành hàng có thế mạnh, như nông nghiệp công nghệ cao, chế biến nông sản, du lịch sinh thái và nuôi trồng, đánh bắt, chế biến thủy sản, đặc biệt là thủy sản nước mặn

như cá ngừ. Do đó, tỉnh Tipaza rất quan tâm tìm kiếm các đối tác Việt Nam trong các lĩnh vực trên, đồng thời mong muốn tìm hiểu thêm về chính sách thu hút đầu tư nước ngoài, các điều kiện tiếp cận thị trường và quy trình thủ tục thương mại của Việt Nam.

“Hai bên sớm thành lập Hội đồng doanh nghiệp Việt Nam - Algeria để làm đầu mối trao đổi thông tin và thúc đẩy thương mại song phương một cách bài bản. Ngoài ra, hai bên cần nghiên cứu khả năng mở đường bay trực tiếp giữa hai nước - một yếu tố có thể giúp giảm chi phí logistics và tăng tính kết nối giữa DN hai bên, thúc đẩy thương mại, đầu tư và du lịch song phương”, ông Serandi đề nghị.

Tham tán Thương mại Việt Nam tại Algeria - ông Hoàng Đức Nhuận dẫn thống kê của Hải quan Việt Nam cho thấy, trao đổi thương mại song phương Việt Nam - Algeria đạt khoảng 220 triệu USD năm 2024. Riêng 5 tháng đầu năm 2025, kim ngạch thương mại hai chiều đã đạt mức hơn 280 triệu USD. Các mặt hàng xuất khẩu chính của Việt Nam sang Algeria gồm cà phê thô, hạt tiêu, hạt điều, cơm dừa, thủy sản nước ngọt, hóa chất, sắt thép…



Nhiều sản phẩm của Việt Nam thu hút sự quan tâm của thị trường nước ngoài

“Các doanh nghiệp Algeria bày tỏ quan tâm đến nhập khẩu những mặt hàng như nguyên liệu nhựa, thức ăn chăn nuôi, thuốc thú y, hóa chất, hương liệu thực phẩm… từ Việt Nam. Các DN mong muốn liên doanh, liên kết với đối tác Việt Nam trong các lĩnh vực sản xuất bánh kẹo, đồ gỗ, sắt thép, dược phẩm,…”, ông Nhuận chia sẻ.

Gạo Việt Nam chinh phục thị trường Áo

Hiệp định Thương mại tự do giữa Việt Nam và Liên minh Châu Âu (EVFTA) có hiệu lực từ tháng 8/2020 đã mang lại nhiều ưu đãi thuế quan cho mặt hàng gạo Việt Nam khi xuất khẩu vào thị trường Áo và các quốc gia EU. Nhờ đó, giá gạo Việt Nam trở nên cạnh tranh hơn so với sản phẩm từ các quốc gia khác như Thái Lan, Ấn Độ hay Campuchia.

Đánh giá về tiềm năng xuất khẩu gạo sang thị trường Áo, bà Đinh Thị Hoàng Yến, phụ trách Thương vụ Việt Nam tại Áo cho biết, các doanh nghiệp (DN) cần làm việc với EU để nâng số lượng hạn ngạch hiện nay 80.000 tấn/năm. Bên cạnh đó, người tiêu dùng Châu Âu ngày càng ưu ái sản phẩm sạch, hữu cơ và bền vững, nên đây chính là lợi thế lớn cho gạo Việt Nam.



Gạo sushi Việt Nam nhập khẩu vào thị trường Áo. Ảnh Thương vụ Việt Nam tại Áo.

“Ngày càng nhiều người tiêu dùng tại Áo lựa chọn gạo Việt Nam trong bữa ăn hàng ngày. Sự đa dạng về chủng loại, hương vị thơm ngon, giá thành hợp lý và đặc biệt là yếu tố an toàn thực phẩm đã chinh phục nhiều đối tượng khách hàng, từ các gia đình địa phương tới nhà hàng, khách sạn cao cấp ở Áo. Các khảo sát gần đây cho thấy, người Áo đánh giá cao gạo Việt Nam bởi hạt dài, trắng, dẻo và thơm, thích hợp cho nhiều món ăn truyền thống lẫn hiện đại”, bà Yến cho biết.

Dù có nhiều thuận lợi, song xuất khẩu gạo sang Áo hiện cũng đối diện không ít thách thức, đó là yêu cầu khắt khe về chất lượng, truy xuất nguồn gốc, cũng như các quy định liên quan đến bảo vệ môi trường và quyền lợi người tiêu dùng. Ngoài ra, gạo Việt Nam phải cạnh tranh trực tiếp với các đối thủ mạnh đã có chỗ đứng ở thị trường này.

Để vượt qua những thách thức này, bà Yến khuyến nghị các DN cần đầu tư mạnh vào công nghệ chế biến, nghiên cứu thị trường, xây dựng thương hiệu và đẩy mạnh quảng bá sản phẩm. Đồng thời, doanh nghiệp tăng cường hợp tác với các chuỗi siêu thị, cửa hàng thực phẩm hữu cơ tại Áo, cũng như tham gia các hội chợ thương mại quốc tế để quảng bá hình ảnh gạo Việt. “Quan trọng nhất là doanh nghiệp cần lắng nghe phản hồi từ thị trường, để điều chỉnh sản phẩm phù hợp với khẩu vị và xu hướng tiêu dùng của người Áo”, bà Yến nói.

PV/VOV.vn