TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Hội thảo Sầu riêng châu Á lần thứ 2 cơ chế và tiêu chuẩn hóa chuỗi xuất khẩu chính ngạch sang Trung Quốc

07:37 13/07/2026

Sắp tới, vào ngày 14/7/2026, tại Thành phố Hồ Chí Minh, Liên đoàn Thương mại và Công nghiệp Việt Nam - Chi nhánh khu vực TP. Hồ Chí Minh phối hợp cùng iFresh Asia Fruit và Công ty TNHH DAKAGO tổ chức Hội thảo Sầu riêng châu Á lần thứ 2. Sự kiện được triển khai song song với chương trình kết nối thương mại cung cầu sầu riêng giữa hai nước Việt Nam và Trung Quốc.

Bức tranh tăng trưởng bứt phá và bước ngoặt từ hệ thống truy xuất nguồn gốc

Sự kiện dự kiến sẽ thu hút sự tham gia của khoảng 500 đại biểu, bao gồm đại diện các cơ quan ban ngành, các chuyên gia nông nghiệp cùng hàng trăm doanh nghiệp. Khối liên minh này kỳ vọng sẽ tạo ra những cam kết thực chất nhằm thúc đẩy một chuỗi cung ứng sầu riêng minh bạch, ổn định, đáp ứng trọn vẹn các tiêu chuẩn kiểm dịch khắt khe từ phía đối tác Trung Quốc, từ đó định vị vững chắc vị thế của sầu riêng Việt Nam trên bản đồ thương mại quốc tế.



Hội thảo lần này nhằm tìm giải pháp khơi thông chuỗi cung ứng, nâng cao chất lượng và thúc đẩy xuất khẩu chính ngạch sầu riêng sang Trung Quốc

Hội thảo diễn ra trong bối cảnh hoạt động xuất khẩu sầu riêng của Việt Nam ghi nhận những chỉ số tăng trưởng rất mạnh. Số liệu thống kê từ Cục Hải quan phản ánh, chỉ tính riêng trong tháng 5/2026, kim ngạch xuất khẩu sầu riêng toàn quốc đã đạt mức 269,2 triệu USD, ghi nhận mức tăng bứt phá 278,5% so với tháng trước và tăng 32,2% so với cùng kỳ năm 2025.

Tính chung lũy kế 5 tháng đầu năm 2026, tổng giá trị xuất khẩu của mặt hàng này đã chạm mốc 562,4 triệu USD, tăng 45,2% so với cùng kỳ năm ngoái và chiếm tỷ trọng 20,3% trong tổng kim ngạch xuất khẩu rau quả của cả nước. Về mặt cơ cấu sản phẩm, phân khúc sầu riêng tươi tiếp tục giữ vai trò chủ đạo khi đạt giá trị 483,1 triệu USD, tăng 43,4% và chiếm 85,9% tổng kim ngạch. Phân khúc sầu riêng đông lạnh đạt 77,9 triệu USD, ghi nhận mức tăng trưởng mạnh 60,3% để chiếm 13,9% thị phần, trong khi nhóm các sản phẩm chế biến sâu từ sầu riêng chiếm tỷ lệ khoảng 0,2%.

Về thị trường tiêu thụ, Trung Quốc tiếp tục giữ vững vị thế là đối tác thương mại lớn nhất của Việt Nam khi nhập khẩu lượng hàng hóa trị giá 492 triệu USD, tăng trưởng 76,7% so với cùng kỳ năm ngoái và nắm giữ tới 87,5% tổng thị phần xuất khẩu sầu riêng nội địa. Các vị trí tiếp theo thuộc về thị trường Đài Loan (Trung Quốc) với 17,6 triệu USD và Hồng Kông với 15,8 triệu USD.

Đặc biệt, nhằm nâng cao tính pháp lý và uy tín thương hiệu trên trường quốc tế, kể từ ngày 1/7/2026, hệ thống truy xuất nguồn gốc sầu riêng đã chính thức

được kích hoạt và đưa vào vận hành trên quy mô toàn quốc. Đây được xem là bước chuyển đổi kỹ thuật mang tính chiến lược, giúp các cơ quan quản lý siết chặt việc giám sát mã số vùng trồng, nâng cao năng lực kiểm soát chất lượng và minh bạch hóa toàn bộ chuỗi cung ứng xuất khẩu.

Định biên 4 nhóm giải pháp kỹ thuật và phiên kết nối giao thương B2B trực tiếp

Để giải quyết các nút thắt trong chuỗi giá trị, các đại biểu tham dự hội thảo sẽ tập trung phân tích và thảo luận sâu vào 4 nhóm giải pháp cốt lõi:

Thiết lập chuỗi liên kết trực tiếp: Thúc đẩy cơ chế kết nối thẳng từ các vùng nguyên liệu và hợp tác xã sản xuất của Việt Nam đến hệ thống phân phối lớn cùng các sàn thương mại điện tử quy mô tại Trung Quốc.

Tiêu chuẩn hóa sản phẩm: Khuyến khích và định hướng các doanh nghiệp chuyển dịch mạnh mẽ từ phương thức xuất khẩu hàng rời, hàng thô sang quy trình tiêu chuẩn hóa chất lượng, cải tiến mẫu mã bao bì và tập trung xây dựng thương hiệu nông sản vững chắc.

Cập nhật quy định kiểm dịch: Phổ biến các quy định mới nhất về quy trình kiểm định, thủ tục thông quan biên giới và các tiêu chuẩn bảo quản kỹ thuật sau thu hoạch.

Ứng dụng công nghệ bảo quản: Giới thiệu các giải pháp quản lý vận hành kho vận tiên tiến và công nghệ bảo quản hiện đại nhằm tối ưu hóa chất lượng trái cây, nâng cao năng lực cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Tiếp nối các phiên nghị sự, vào ngày 15/7/2026, chương trình sẽ triển khai phiên kết nối giao thương trực tiếp theo mô hình B2B giữa các doanh nghiệp xuất nhập khẩu trái cây hàng đầu của hai nước Việt Nam và Trung Quốc.

Tâm An *(t/h)*