

Hướng đi cho tôm Việt trước thách thức từ thuế quan

10:59 21/10/2025

Theo Hiệp hội Chế biến và Xuất khẩu Thủy sản Việt Nam (Vasep), ngành tôm Ấn Độ - một trong những đối thủ cạnh tranh lớn nhất của Việt Nam, đang phải đối mặt với giai đoạn đầy thách thức khi vướng phải các chính sách thuế quan khắt khe từ thị trường Hoa Kỳ.

Những phân tích từ Triển lãm Thủy sản quốc tế Ấn Độ (IISS) vừa qua không chỉ phản ánh bức tranh khó khăn của đối thủ, mà còn là tấm gương phản chiếu những thách thức, chiến lược ứng phó và hướng đi của tôm Việt Nam trong bối cảnh này.

Tác động từ các rào cản thuế quan do Mỹ áp dụng

Tác động rõ ràng và tức thì nhất từ các rào cản thuế quan do Mỹ áp dụng là sự sụt giảm nghiêm trọng của giá tôm tại ao nuôi ở Ấn Độ. Ngay sau khi các thông báo áp thuế được đưa ra, giá tôm lao dốc, kéo theo sự bất ổn lớn cho toàn bộ chuỗi cung ứng.

Tại triển lãm IISS, tâm lý lo lắng bao trùm khi các doanh nghiệp phải đối mặt với mức thuế lên tới 50%. Nhiều doanh nghiệp cho biết, họ vẫn có thể “cầm cự” với mức thuế 25%, vì không quá chênh lệch so với các đối thủ khác. Tuy nhiên, khi con số này tăng gấp đôi, sức ép trở nên không thể chịu đựng nổi. Tình huống này cho thấy sự phụ thuộc quá lớn vào một thị trường duy nhất có thể trở thành “gót chân Achilles” của cả ngành - một bài học đắt giá với bất kỳ quốc gia xuất khẩu nào, không riêng gì Ấn Độ.

Một điều đáng chú ý là tác động của thuế quan không diễn ra đồng đều trên tất cả các phân khúc kích cỡ tôm.

Phân khúc “vững chắc” của Ấn Độ nằm ở cỡ tôm 40-70 con/kg. Đây được xem là “pháo đài” mà tôm Ấn Độ gần như thống trị tại thị trường Mỹ, đặc biệt là với dòng sản phẩm tôm lột vỏ, bỏ chỉ lưng (Peeled Deveined - P&D). Do người mua Mỹ gần như không có nguồn cung thay thế với số lượng tương đương, giá tôm ở

phần khúc này chỉ giảm nhẹ từ 6-7% so với cùng kỳ, mức sụt giảm thấp hơn rất nhiều so với dự báo.

Ngược lại, ở phần khúc tôm cỡ lớn, Ấn Độ đối mặt với cạnh tranh trực tiếp từ Ecuador - quốc gia có thế mạnh rõ rệt về nhóm sản phẩm này. Trong khi đó, ở nhóm tôm cỡ nhỏ và các sản phẩm giá trị gia tăng, Ấn Độ gặp áp lực mạnh từ các đối thủ như Việt Nam, Indonesia và Thái Lan.

Sự phân hóa này cho thấy rõ ràng, việc xây dựng vị thế vững chắc trong một phần khúc thị trường ngách không chỉ giúp doanh nghiệp tăng khả năng chống chịu, mà còn tạo lợi thế rõ rệt khi thị trường biến động.



Ảnh minh họa (nguồn: Internet)

Chiến lược thích ứng của Ấn Độ

Trước những biến động lớn, ngành tôm Ấn Độ đang triển khai đồng bộ nhiều giải pháp chiến lược để thích ứng và giảm thiểu rủi ro.

Một trong những bước đi quan trọng là đẩy mạnh xuất khẩu sang thị trường châu Âu. Lượng hàng xuất khẩu sang EU đã tăng gấp đôi trong năm nay, chiếm khoảng 15-20% tổng kim ngạch xuất khẩu. Các thị trường mục tiêu chính bao gồm Đức, Hà Lan và Anh - nơi nhu cầu ổn định và có tiềm năng thay thế phần nào sự sụt giảm từ thị trường Mỹ.

Bên cạnh đó, ở khâu nuôi trồng, người nuôi tôm Ấn Độ đang thay đổi mùa vụ linh hoạt hơn. Họ hạn chế nuôi tôm thẻ chân trắng vào những tháng hè - thời điểm có nguy cơ bùng phát dịch bệnh cao, và chuyển sang nuôi tôm sú, một loài bản địa có khả năng kháng bệnh tốt hơn. Việc đa dạng hóa con nuôi này giúp duy trì sản xuất, giảm thiểu rủi ro và góp phần ổn định nguồn cung nội địa.

Bài học tham khảo cho doanh nghiệp tôm Việt Nam

Câu chuyện của Ấn Độ đang diễn ra đồng thời với việc Việt Nam phải đối mặt với nguy cơ thuế chống bán phá giá ở mức cao, đặt ngành tôm nước ta vào một bối cảnh thách thức kép, đòi hỏi các định hướng chiến lược rõ ràng và thực tế hơn bao giờ hết.

Trước hết, việc đa dạng hóa thị trường không còn là lựa chọn mà đã trở thành cấp thiết. Trong bối cảnh thị trường Mỹ trở nên rủi ro cho cả hai nhà cung cấp lớn là Ấn Độ và Việt Nam, việc tìm kiếm và củng cố các thị trường thay thế như EU (tận dụng EVFTA), Nhật Bản, Hàn Quốc, Úc và Trung Đông cần được thực hiện quyết liệt và có chiều sâu hơn.

Kế đến, doanh nghiệp Việt cần xác định và củng cố rõ ràng phân khúc thế mạnh của mình. Việt Nam nên tập trung vào các sản phẩm chế biến sâu, có giá trị gia tăng cao - nơi chúng ta đang sở hữu trình độ chế biến, tiêu chuẩn chất lượng và kinh nghiệm vượt trội. Đây sẽ là "vũ khí" chiến lược giúp duy trì biên lợi nhuận và tạo ra sự khác biệt trên thị trường toàn cầu.

Tuy nhiên, cũng cần thẳng thắn nhìn nhận rằng, khi cả Ấn Độ và Việt Nam cùng bị hạn chế tại Mỹ, một cuộc cạnh tranh trực diện và khốc liệt hơn tại các thị trường thay thế - đặc biệt là EU là điều khó tránh khỏi. Doanh nghiệp Việt cần chuẩn bị sẵn sàng cho áp lực cạnh tranh về giá, sản lượng và củng cố các mối quan hệ nhập khẩu để giữ vững thị phần.

Cuối cùng, trong giai đoạn thị trường biến động, việc quản trị rủi ro, tối ưu hóa chi phí sản xuất, chuỗi cung ứng và nâng cao hiệu quả hoạt động là yếu tố then chốt để doanh nghiệp tồn tại, đứng vững và sẵn sàng bứt phá khi thị trường ổn định trở lại.

Trong bối cảnh thách thức chung, doanh nghiệp nào biết chủ động đa dạng hóa thị trường, tập trung vào lợi thế cạnh tranh cốt lõi về chất lượng và chế biến sâu, sẽ là những người có khả năng chống chịu tốt nhất và vươn lên mạnh mẽ khi chu kỳ phục hồi bắt đầu.

PV