

Lâm Đồng định hướng phát triển thị trường cho 14 ngành hàng nông sản chủ lực

09:56 23/02/2026

Bước vào giai đoạn 2026 – 2030, tỉnh Lâm Đồng xác định phát triển thị trường nông sản và sản phẩm OCOP theo hướng bền vững, hiện đại, gắn với xây dựng thương hiệu và chuyển đổi số. Chiến lược đặt trọng tâm vào thị trường nội địa làm nền tảng, đồng thời mở rộng xuất khẩu có chọn lọc sang các thị trường tiềm năng.



Chè - một trong những sản phẩm nông nghiệp có lợi thế cạnh tranh của tỉnh

Theo định hướng mới, tỉnh sẽ tiến hành rà soát, đánh giá lợi thế cạnh tranh và sản lượng thực tế để lựa chọn khoảng 14 ngành hàng nông sản chủ lực làm cơ sở xây dựng chiến lược phát triển thị trường, xúc tiến thương mại có trọng tâm. Danh mục dự kiến gồm: cà phê, chè, sầu riêng, thanh long, hồ tiêu, mắc ca, điều, bơ, rau – củ – quả, hoa, dâu tằm, cá nước lạnh (cá tầm), hải sản và nước mắm.

Mục tiêu đến năm 2030, ít nhất 50% sản phẩm chủ lực có thương hiệu của tỉnh được quảng bá rộng rãi trên các nền tảng truyền thông số và thương mại điện tử. Đồng thời, tỉnh sẽ xây dựng nhãn hiệu dùng chung “Nông sản Lâm Đồng” nhằm tạo nền tảng nhận diện thống nhất, nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của nông sản địa phương.



Thanh long - một trong những sản phẩm nông nghiệp có lợi thế cạnh tranh của tỉnh

Song song đó, Lâm Đồng định hướng hình thành các vùng nguyên liệu tập trung gắn với tiêu thụ theo chuỗi giá trị, bảo đảm sự liên kết chặt chẽ giữa sản xuất – chế biến – phân phối. Trong lĩnh vực xây dựng thương hiệu, địa phương dự kiến hỗ trợ khoảng 1.000 doanh nghiệp, hợp tác xã và chủ thể OCOP đăng ký, duy trì nhãn hiệu và chỉ dẫn địa lý, góp phần nâng tầm sản phẩm trên thị trường.

Về xuất khẩu, các ngành hàng chủ lực sẽ được ưu tiên phát triển tại những thị trường trọng điểm như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, khu vực ASEAN, Nam Á, Trung Đông, Liên minh châu Âu (EU) và Mỹ. Tỉnh cũng sẽ tổ chức các đoàn khảo sát, xúc tiến thương mại nhằm mở rộng kênh tiêu thụ tại các thị trường lớn và tiềm năng.

Từ nay đến năm 2030, mỗi năm Lâm Đồng dự kiến tổ chức ít nhất hai hội nghị, hội thảo quốc tế để kết nối doanh nghiệp địa phương với các đối tác nước ngoài trong lĩnh vực thu mua, chế biến và kinh doanh nông sản. Qua đó, thúc đẩy xuất khẩu và thu hút các dự án đầu tư trọng điểm vào lĩnh vực nông nghiệp.

Để hỗ trợ mục tiêu này, tỉnh tập trung phát triển hệ thống logistics phục vụ tiêu thụ và xuất khẩu nông sản, tăng cường kết nối giữa doanh nghiệp logistics và doanh nghiệp nông nghiệp. Các giải pháp hướng đến giảm chi phí vận chuyển, nâng cao chất lượng bảo quản sau thu hoạch và đáp ứng yêu cầu phân phối qua thương mại điện tử cũng như xuất khẩu. Một số mô hình logistics chuyên biệt cho nông sản tươi và sản phẩm giá trị cao sẽ được thí điểm triển khai.

Sở Công Thương được giao nhiệm vụ trọng tâm trong phát triển hạ tầng logistics nông nghiệp theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, đồng thời đẩy mạnh ứng dụng công nghệ và thương mại điện tử nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh cho nông sản địa phương.



Atiso Đà Lạt đã và đang khẳng định vị thế trên thị trường quốc tế

Trong thời gian tới, tỉnh cũng sẽ đưa vào hoạt động Trung tâm Giao dịch hoa Đà Lạt và xây dựng hệ thống kho bảo quản tại các vùng nguyên liệu tập trung. Việc này nhằm hoàn thiện chuỗi quy trình tích hợp từ sản xuất, thu hoạch, chế biến, đóng gói đến lưu trữ, vận chuyển và phân phối trong nước và xuất khẩu.

Với chiến lược đồng bộ về thị trường, thương hiệu và logistics, Lâm Đồng kỳ vọng nâng cao giá trị gia tăng cho nông sản, tăng cường năng lực cạnh tranh và khẳng định vị thế trên thị trường trong nước lẫn quốc tế. Mục tiêu trước mắt là đưa kim ngạch xuất khẩu năm 2026 đạt 3.590 triệu USD, góp phần cùng toàn tỉnh duy trì mức tăng trưởng hai con số trong giai đoạn 2026 - 2030.

Hoàng Phương