

Mở rộng cơ hội xuất khẩu và phát triển thị trường tại châu Âu

13:56 14/09/2026

Doanh nghiệp Việt Nam tăng cường kết nối giao thương, tìm kiếm đối tác tại Thổ Nhĩ Kỳ và Tây Ban Nha, qua đó mở rộng cơ hội xuất khẩu và tiếp cận thị trường châu Âu.

Từ ngày 2 đến ngày 10 tháng 9 năm 2026, Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương phối hợp với Thương vụ Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ, Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha và các cơ quan liên quan tổ chức Đoàn giao dịch thương mại tại Thổ Nhĩ Kỳ và Tây Ban Nha. Chương trình đã tạo cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam trực tiếp khảo sát thị trường, kết nối với các nhà nhập khẩu, nhà phân phối và đối tác tiềm năng, qua đó mở rộng cơ hội xuất khẩu và phát triển thị trường tại châu Âu.

Tăng cường hiện diện hàng Việt tại thị trường Thổ Nhĩ Kỳ

Tại Thổ Nhĩ Kỳ, từ ngày 3 đến ngày 5 tháng 9 năm 2026, Đoàn giao dịch thương mại đã tham gia trưng bày, giới thiệu sản phẩm và tổ chức các hoạt động tiếp xúc, giao thương tại Gian hàng Việt Nam trong khuôn khổ Hội chợ Foodist Istanbul 2026 do Thương vụ Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ thực hiện.

Tham gia Đoàn có đại diện Cục Xúc tiến thương mại cùng 17 doanh nghiệp Việt Nam hoạt động trong nhiều lĩnh vực như nông sản, thực phẩm, đồ nội ngoại thất, than hoạt tính, viên gỗ nén, xơ dừa, thủy sản, nước mắm, trái cây, rau quả chế biến, hạt điều, bánh kẹo, sản phẩm từ gạo, sữa, chè, sản phẩm từ sâm, máy móc, phụ tùng, thiết bị điện tử, công nghệ thông tin, thương mại điện tử và truyền thông trực tuyến.



Đoàn giao dịch thương mại Việt Nam trong chương trình xúc tiến thương mại, kết nối doanh nghiệp tại Thổ Nhĩ Kỳ.

Trong hai ngày diễn ra hội chợ, Gian hàng Việt Nam đã thu hút hơn 100 lượt khách tham quan, doanh nghiệp và đối tác quan tâm đến các sản phẩm trưng bày. Hoạt động đã góp phần quảng bá hình ảnh, thương hiệu và năng lực cung ứng của doanh nghiệp Việt Nam, đồng thời tạo điều kiện để doanh nghiệp trực tiếp tìm hiểu nhu cầu, thị hiếu và yêu cầu của thị trường Thổ Nhĩ Kỳ cũng như các đối tác quốc tế tham dự hội chợ.

Thông qua các cuộc tiếp xúc trực tiếp, doanh nghiệp Việt Nam và đối tác đã trao đổi về danh mục sản phẩm, giá cả, phương thức cung ứng, vận chuyển, tiêu chuẩn chất lượng và khả năng hợp tác. Một số doanh nghiệp bước đầu ghi nhận những tín hiệu tích cực, mở ra triển vọng tiếp tục đàm phán và thiết lập quan hệ kinh doanh trong thời gian tới.

Bên cạnh hoạt động tại hội chợ, Đoàn đã đến thăm và làm việc với Thương vụ Việt Nam tại Thổ Nhĩ Kỳ. Tại buổi làm việc, đại diện Thương vụ đã cung cấp thông tin thực tiễn về nhu cầu nhập khẩu, xu hướng tiêu dùng, hệ thống phân phối và những quy định doanh nghiệp Việt Nam cần lưu ý khi tiếp cận thị trường.

Đặc biệt, vấn đề xác thực mức độ uy tín của đối tác, lựa chọn phương thức tiếp cận và hạn chế rủi ro trong quá trình đàm phán, giao dịch cũng được các bên trao đổi. Những thông tin này giúp doanh nghiệp có thêm cơ sở đánh giá tiềm năng thị trường, lựa chọn đối tác phù hợp và xây dựng phương án kinh doanh hiệu quả hơn.

Đoàn cũng khảo sát thực tế tại khu chợ truyền thống Grand Bazaar và một số siêu thị, cửa hàng bán lẻ tại Istanbul. Qua khảo sát, các doanh nghiệp có điều kiện trực tiếp tìm hiểu cơ cấu thị trường, phương thức phân phối, chủng loại, mẫu mã, giá bán và xu hướng tiêu dùng tại Thổ Nhĩ Kỳ, đồng thời nhận diện mức độ cạnh tranh của hàng hóa đến từ các quốc gia khác.

Kết nối doanh nghiệp Việt Nam với thị trường Tây Ban Nha

Tại Tây Ban Nha, các hoạt động của Đoàn tập trung vào khảo sát hệ thống phân phối, làm việc với Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha và tổ chức Chương trình Kết nối giao thương doanh nghiệp Việt Nam – Tây Ban Nha tại Madrid.

Ngày 7 tháng 9 năm 2026, Đoàn khảo sát một số hệ thống phân phối và bán lẻ tại Madrid. Hoạt động giúp doanh nghiệp Việt Nam tìm hiểu cách thức vận hành của thị trường bán lẻ, sự phân bố của các nhóm hàng nhập khẩu, đặc biệt là hàng hóa có nguồn gốc từ châu Á và Đông Nam Á, cũng như vai trò của nhà nhập khẩu, nhà phân phối và các đơn vị trung gian trong chuỗi cung ứng.

Cùng ngày, Đoàn đã làm việc với Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha. Tại đây, các doanh nghiệp được cập nhật thông tin về đặc điểm thị trường, môi trường kinh doanh, nhu cầu của người tiêu dùng, các phương thức thâm nhập và phát triển thị trường phù hợp.

Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha cũng chia sẻ những kinh nghiệm thực tiễn trong việc tiếp cận đối tác nhập khẩu, xây dựng kênh phân phối và phát triển hoạt động xuất khẩu sang Tây Ban Nha nói riêng và thị trường Liên minh châu Âu nói chung. Hai bên đồng thời trao đổi về các hoạt động xúc tiến thương mại, quảng bá sản phẩm Việt Nam, cung cấp thông tin thị trường và giới thiệu đối tác tiềm năng cho doanh nghiệp trong thời gian tới.



Ảnh: Cục XTTM

Chương trình kết nối giao thương tại Madrid tạo cơ hội để doanh nghiệp Việt Nam và Tây Ban Nha trực tiếp trao đổi nhu cầu, tìm kiếm khả năng hợp tác. Ảnh: Cục XTTM

Điểm nhấn tại Tây Ban Nha là Chương trình Kết nối giao thương doanh nghiệp Việt Nam - Tây Ban Nha được tổ chức tại Madrid ngày 8 tháng 9 năm 2026, với sự tham dự của đại diện Cục Xúc tiến thương mại, Thương vụ Việt Nam tại Tây Ban Nha, Hiệp hội Doanh nghiệp Tây Ban Nha - ASEAN (ASEMPEA) và các doanh nghiệp hai nước.

Tại chương trình, doanh nghiệp Việt Nam giới thiệu năng lực sản xuất, cung ứng, danh mục sản phẩm và nhu cầu tìm kiếm đối tác; trong khi các doanh nghiệp Tây Ban Nha chia sẻ nhu cầu hợp tác kinh doanh, đầu tư với doanh nghiệp Việt Nam.

Phiên giao thương trực tiếp ghi nhận trên 50 lượt giao dịch, tạo điều kiện để doanh nghiệp hai nước trao đổi sâu hơn về sản phẩm, yêu cầu thị trường, phương thức hợp tác, khả năng phân phối và định hướng xây dựng quan hệ kinh doanh lâu dài.

Mở rộng cơ hội cho hàng Việt tại châu Âu

Qua các hoạt động khảo sát, trưng bày, giao thương và làm việc với các cơ quan đại diện thương mại Việt Nam ở nước ngoài, doanh nghiệp tham gia Đoàn có thêm thông tin thực tiễn về thị trường, nhận diện rõ hơn cơ hội và thách thức, đồng thời xác định các nhóm sản phẩm có tiềm năng và đối tác phù hợp

với định hướng kinh doanh.

Đáng chú ý, việc tổ chức các hoạt động kết nối trực tiếp giúp doanh nghiệp không chỉ quảng bá sản phẩm mà còn có cơ hội tìm hiểu sâu hơn về yêu cầu của người mua, tiêu chuẩn chất lượng, giá cả, phương thức phân phối và xu hướng tiêu dùng. Đây là những thông tin có ý nghĩa thiết thực trong quá trình doanh nghiệp điều chỉnh sản phẩm, xây dựng chiến lược tiếp cận thị trường và phát triển hoạt động xuất khẩu.

Kết quả của Đoàn giao dịch thương mại tại Thổ Nhĩ Kỳ và Tây Ban Nha tiếp tục cho thấy vai trò quan trọng của các chương trình xúc tiến thương mại quốc gia trong việc hỗ trợ doanh nghiệp Việt Nam đi sâu vào thị trường, kết nối trực tiếp với đối tác và chuyển hóa cơ hội xúc tiến thành các quan hệ hợp tác kinh doanh cụ thể.

Trong thời gian tới, Cục Xúc tiến thương mại, Bộ Công Thương cùng các Thương vụ Việt Nam tại nước ngoài sẽ tiếp tục tăng cường cung cấp thông tin, hỗ trợ kết nối doanh nghiệp và tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại phù hợp, góp phần mở rộng thị trường xuất khẩu, đa dạng hóa đối tác và nâng cao năng lực cạnh tranh của hàng hóa Việt Nam trên thị trường quốc tế.

PV