

Mở rộng thị trường xuất khẩu: Động lực mới cho ngành rau quả Việt Nam

06:24 28/07/2026

Không chỉ duy trì đà tăng trưởng tại thị trường truyền thống, ngành rau quả Việt Nam đang ghi nhận sự mở rộng mạnh mẽ ở nhiều thị trường có yêu cầu cao như Liên minh châu Âu (EU), Hoa Kỳ và Hàn Quốc. Diễn biến này cho thấy chiến lược đa dạng hóa thị trường đang phát huy hiệu quả, tạo nền tảng để ngành hàng giảm phụ thuộc vào một thị trường đơn lẻ và hướng tới tăng trưởng bền vững.

Đa dạng hóa thị trường, giảm dần sự phụ thuộc

Theo số liệu mới nhất, xuất khẩu rau quả của Việt Nam đạt 3,7 tỷ USD trong 6 tháng đầu năm 2026, tăng 19,4% so với cùng kỳ năm trước. Riêng tháng 6, kim ngạch đạt 936 triệu USD, tăng 31,5% so với tháng trước và tăng 16,6% so với cùng kỳ năm 2025, cho thấy hoạt động xuất khẩu tiếp tục duy trì nhịp tăng tích cực.

Trung Quốc vẫn là thị trường tiêu thụ lớn nhất của rau quả Việt Nam với kim ngạch khoảng 2 tỷ USD trong nửa đầu năm, tăng 24,7% và chiếm khoảng 55% tổng kim ngạch xuất khẩu. Nhu cầu ổn định đối với các mặt hàng như sầu riêng, thanh long, chuối, xoài và dứa tươi tiếp tục tạo động lực quan trọng cho tăng trưởng của toàn ngành.



Đa dạng hóa thị trường xuất khẩu giúp ngành rau quả giảm phụ thuộc vào một thị trường đơn lẻ và hướng tới tăng trưởng bền vững.

Đáng chú ý, tăng trưởng xuất khẩu không còn phụ thuộc hoàn toàn vào thị trường truyền thống. Nhiều thị trường có tiêu chuẩn cao đang ghi nhận mức tăng tích cực, phản ánh sự chuyển biến về chất lượng sản phẩm cũng như khả năng đáp ứng các quy định kỹ thuật của doanh nghiệp Việt Nam.

Hoa Kỳ tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn thứ hai với kim ngạch đạt 292,1 triệu USD trong 6 tháng đầu năm, tăng 11,7% so với cùng kỳ năm trước. Hàn Quốc đạt 170,4 triệu USD, tăng 8,1%, duy trì vị trí là một trong những thị trường ổn định của rau quả Việt Nam.

Đặc biệt, EU nổi lên là khu vực có tốc độ tăng trưởng cao nhất. Kim ngạch xuất khẩu sang EU đạt 214,4 triệu USD trong 6 tháng đầu năm, tăng tới 31,8% so với cùng kỳ năm trước. Trong đó, Hà Lan tiếp tục là cửa ngõ lớn nhất đưa rau quả Việt Nam vào châu Âu với kim ngạch 117 triệu USD, tăng 46,8%; tiếp đến là Đức với 58,4 triệu USD, tăng 47%.

Theo các chuyên gia, việc gia tăng thị phần tại các thị trường phát triển không chỉ mang lại giá trị xuất khẩu cao hơn mà còn giúp ngành rau quả nâng cao khả năng chống chịu trước những biến động của thị trường thế giới.

Chất lượng và chuỗi cung ứng quyết định dư địa tăng trưởng

Sự tăng trưởng của ngành rau quả trong thời gian qua không chỉ đến từ nhu cầu thị trường mà còn phản ánh quá trình chuyển đổi mạnh mẽ của doanh nghiệp trong sản xuất và xuất khẩu.

Việc chủ động xây dựng mã số vùng trồng, chuẩn hóa cơ sở đóng gói, áp dụng hệ thống truy xuất nguồn gốc và tuân thủ các tiêu chuẩn về an toàn thực phẩm đã giúp nhiều doanh nghiệp đáp ứng tốt hơn yêu cầu của các thị trường nhập khẩu. Cùng với đó, hoạt động thông quan tại các cửa khẩu, đặc biệt với thị trường Trung Quốc được cải thiện, góp phần giảm chi phí logistics và rút ngắn thời gian giao hàng.

Trong bối cảnh các hiệp định thương mại tự do như EVFTA tiếp tục phát huy hiệu quả, cơ hội dành cho rau quả Việt Nam tại các thị trường có giá trị gia tăng cao vẫn còn rất lớn. Tuy nhiên, để tận dụng tốt dư địa này, doanh nghiệp cần tiếp tục đầu tư vào vùng nguyên liệu đạt chuẩn, mở rộng chế biến sâu, nâng cao chất lượng bảo quản sau thu hoạch và xây dựng chuỗi cung ứng minh bạch.

Theo các chuyên gia, xu hướng tiêu dùng toàn cầu đang chuyển mạnh sang các sản phẩm an toàn, có nguồn gốc rõ ràng và đáp ứng tiêu chí phát triển bền vững. Đây vừa là thách thức, vừa là cơ hội để ngành rau quả Việt Nam chuyển dịch từ tăng trưởng dựa vào sản lượng sang tăng trưởng dựa trên giá trị.

Với mức tăng gần 20% trong nửa đầu năm cùng sự mở rộng đồng đều tại nhiều thị trường trọng điểm, ngành rau quả đang có nền tảng thuận lợi để duy trì đà tăng trưởng trong những tháng cuối năm. Quan trọng hơn, sự chuyển dịch về cơ cấu thị trường sẽ giúp ngành hàng nâng cao năng lực cạnh tranh, giảm thiểu rủi ro trước biến động thương mại quốc tế và từng bước khẳng định vị thế của nông sản Việt trên thị trường toàn cầu.

Nam Sơn (t/h)