

Nhiều mặt hàng Việt Nam được ưa chuộng tại thị trường Thái Lan

10:31 21/04/2022

Hàng hóa nông sản, thủy sản, rau quả, hạt điều, cà phê, hạt tiêu, trái cây tươi... của Việt Nam đang được người tiêu dùng Thái Lan ưa chuộng.

Mặc dù là một cường quốc về xuất khẩu nông sản trên thế giới, Thái Lan cũng có nhu cầu rất lớn về nhập khẩu các loại trái cây, rau củ tươi. Đây chính là cơ hội để các doanh nghiệp xuất khẩu nông sản Việt Nam khai phá thị trường đầy tiềm năng có giá trị lên tới hàng tỷ USD này.



Nhiều mặt hàng Việt Nam được ưa chuộng tại thị trường Thái Lan.

Năm 2020, Thái Lan xuất khẩu rau quả tươi và chế biến trị giá hơn 4,2 tỷ USD. Với điều kiện khí hậu và địa lý tương đối giống nhau, nông sản Thái Lan và Việt Nam cũng có nhiều điểm tương đồng. Nhưng với cùng một mặt hàng thì sức

cạnh tranh của hàng Thái Lan thường cao hơn. Tuy nhiên, các chuyên gia nhìn nhận, Thái Lan là một thị trường xuất khẩu giàu tiềm năng cho doanh nghiệp Việt Nam. Mặc dù xuất khẩu nhiều nông sản, nhưng Thái Lan cũng phải nhập khẩu một lượng lớn rau, củ, quả.

Năm 2020, nước này nhập khẩu lượng rau quả tươi và chế biến có giá trị hơn 2,6 tỷ USD. Trong khi đó, Việt Nam có nhiều sản phẩm thế mạnh mà Thái Lan không cạnh tranh được, thí dụ như vải và thanh long. Nhiều doanh nghiệp Thái Lan đã nhập thanh long, vải từ Việt Nam về bán trong các hệ thống siêu thị lớn. Ngoài ra, doanh nghiệp Thái Lan còn nhập nông sản nguyên liệu và đưa về Thái Lan để chế biến.

Thái Lan là một trong những đối tác có kim ngạch xuất, nhập khẩu lớn với tổng giá trị trao đổi thương mại luôn nằm trong số 10 quốc gia có quan hệ thương mại lớn nhất với Việt Nam. Theo số liệu thống kê của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), kim ngạch thương mại của Việt Nam với Thái Lan tăng gấp 7 lần, từ 2,31 tỷ USD năm 2004 lên đến 16,58 tỷ USD năm 2020, tốc độ tăng trưởng trung bình đạt hơn 11%/năm.

Năm 2021, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa Việt Nam và Thái Lan đạt gần 19 tỷ USD, tăng 17,9% so với năm 2020. Đây là mức kim ngạch cao nhất từ trước tới nay. 03 tháng đầu năm 2022, kim ngạch xuất nhập khẩu giữa hai nước đạt gần 5 tỷ USD, tăng 7,4%.

Để các sản phẩm Việt Nam rộng đường tiến vào thị trường Thái Lan, các doanh nghiệp Việt cần có chiến lược cơ bản như nâng cao chất lượng sản phẩm. Chất lượng sản phẩm tốt, hợp vị bản địa nhưng cũng phải giữ đặc trưng nguyên bản. Bên cạnh đó, bao bì sản phẩm cần được thiết kế tinh tế, đẹp và chuyển tải được thông điệp để bất cứ ai dùng sản phẩm chỉ cần nhìn bao bì, mẫu mã cũng có thể hình dung được cũng như nhận biết được đây là hàng Việt Nam. Ngoài ra, đa dạng dung tích, khối lượng sản phẩm cũng là điểm cần lưu ý để giai đoạn đầu hàng Việt tiếp cận thị trường, người tiêu dùng có thể mua các sản phẩm gói nhỏ để dùng thử. Từ chỗ dùng thử và cảm nhận, khách hàng sẽ làm quen và chuyển từ dùng thử sang mua và dùng thật...

Anh Minh