

Nông sản Việt tiến gần mốc 50 tỷ USD, sức chống chịu là “chìa khóa” tăng trưởng

06:17 08/09/2026

Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đang tiến sát mốc 50 tỷ USD, nhưng quy mô càng lớn, yêu cầu đối với chuỗi cung ứng càng cao. Từ vùng nguyên liệu, truy xuất nguồn gốc đến logistics và thị trường đầu ra, doanh nghiệp Việt đang phải chuyển từ tư duy bán hàng sang xây dựng năng lực cung ứng ổn định, đáp ứng ngày càng sâu các tiêu chuẩn quốc tế.

Sau mỗi đơn hàng là cả một chuỗi cung ứng

Trong 8 tháng năm 2026, xuất khẩu nông, lâm, thủy sản đạt gần 49,3 tỷ USD, tăng 7% so với cùng kỳ năm trước. Đây tiếp tục là một trong những điểm sáng của hoạt động xuất khẩu, cho thấy sức cạnh tranh của hàng nông sản Việt trên thị trường quốc tế.

Tuy nhiên, phía sau mức tăng trưởng này là những yêu cầu ngày càng khắt khe. Nhà mua hàng quốc tế hiện không chỉ quan tâm sản phẩm có giá cạnh tranh hay hình thức phù hợp, mà muốn biết doanh nghiệp có khả năng duy trì chất lượng, sản lượng và tiến độ giao hàng trong thời gian dài hay không.

Điều đó khiến câu chuyện xuất khẩu không còn dừng ở khâu bán hàng. Một đơn hàng thành công phải được bảo đảm bởi cả chuỗi, từ vùng nguyên liệu, quy trình sản xuất, kiểm soát chất lượng, dữ liệu truy xuất đến vận chuyển và phân phối.



Xuất khẩu nông, lâm, thủy sản Việt Nam đang tiến gần mốc 50 tỷ USD, nhưng doanh nghiệp phải nâng năng lực chuỗi cung ứng để duy trì đà tăng trưởng. Ảnh AI

Sự khác biệt về tốc độ tăng trưởng giữa các nhóm hàng cũng cho thấy dư địa và thách thức không giống nhau. Trong 8 tháng, xuất khẩu nông sản đạt khoảng 25,66 tỷ USD, tăng 2,7%; lâm sản đạt 12,57 tỷ USD, tăng 5,4%; trong khi thủy sản đạt 7,94 tỷ USD, tăng 10,9%.

Khi quy mô xuất khẩu tiếp tục mở rộng, khả năng duy trì nguồn cung ổn định sẽ ngày càng quyết định vị thế của doanh nghiệp trong chuỗi cung ứng toàn cầu.

Tại chuỗi sự kiện “Kết nối chuỗi cung ứng hàng hóa quốc tế” Viet Nam International Sourcing 2026 diễn ra đầu tháng 9 tại TP.HCM, các cuộc kết nối giữa doanh nghiệp Việt và nhà mua hàng quốc tế cũng cho thấy sự thay đổi trong cách tiếp cận. Các bên không chỉ trao đổi về sản phẩm mà đi sâu vào tiêu chuẩn, vùng nguyên liệu, truy xuất, năng lực sản xuất và logistics.

Với thủy sản, nhà mua hàng quan tâm đến vùng nuôi, quy trình kiểm soát và khả năng đáp ứng sản lượng. Với nông sản, yêu cầu tập trung vào vùng nguyên liệu, tiêu chuẩn canh tác, truy xuất và khả năng duy trì chất lượng đồng đều.

Tại Vietfish 2026, việc kết nối nhà mua hàng với vùng nguyên liệu và nhà máy tại Đồng bằng sông Cửu Long cũng mở ra cách tiếp cận trực tiếp hơn. Thay vì chỉ nhìn sản phẩm qua catalogue hoặc gian hàng, đối tác có thể kiểm chứng năng lực sản xuất thực tế.

Đây là thay đổi quan trọng: doanh nghiệp không chỉ cần tìm được người mua, mà phải chứng minh mình đủ năng lực để trở thành nhà cung ứng lâu dài.

Không để một mắt xích yếu làm gián đoạn cả chuỗi

Áp lực lớn đối với doanh nghiệp xuất khẩu hiện nay là phải đáp ứng đồng thời nhiều tiêu chuẩn và rủi ro khác nhau.

Tại thị trường EU, những yêu cầu liên quan đến truy xuất nguồn gốc, môi trường, phát triển bền vững và chống khai thác bất hợp pháp đang tác động ngày càng trực tiếp đến hoạt động xuất khẩu. EUDR, CBAM hay IUU buộc doanh nghiệp phải chuẩn bị dữ liệu và quy trình ngay từ khâu sản xuất, thay vì chờ đến khi hàng hóa chuẩn bị xuất khẩu mới hoàn thiện hồ sơ.

Theo ông Sven Dekker, đại diện Công ty Food Europe BV Hà Lan, chuỗi cung ứng bền vững cần được xây dựng xuyên suốt từ hạt giống đến bàn ăn. Điều đó đồng nghĩa truy xuất không còn đơn thuần là một bộ hồ sơ phục vụ xuất khẩu, mà trở thành một phần của năng lực sản xuất.

Khi thị trường yêu cầu ngày càng nhiều thông tin, chỉ một mắt xích gặp vấn đề cũng có thể ảnh hưởng đến cả đơn hàng. Vùng nguyên liệu thiếu ổn định, dữ liệu không đầy đủ hay chất lượng không đồng đều đều có thể làm giảm khả năng duy trì quan hệ với nhà mua hàng.

Logistics cũng đang trở thành một phần của năng lực cạnh tranh. Ông Kevin Geneuglijk, Giám đốc Phát triển kinh doanh Berkman Forwarding BV, cho rằng khả năng thích ứng và sức chống chịu ngày càng quan trọng, bên cạnh yếu tố chi phí.

Doanh nghiệp cần tính đến việc đa dạng hóa tuyến vận chuyển, hãng tàu, kho ngoại quan, tồn kho an toàn và trung tâm phân phối khu vực. Mục tiêu không chỉ là giảm chi phí, mà bảo đảm hàng hóa vẫn đến tay khách hàng khi chuỗi vận chuyển xảy ra biến động.

Cùng với logistics, đa dạng hóa thị trường cũng trở thành giải pháp giảm rủi ro. Trung Đông, trong đó có UAE, đang được nhiều doanh nghiệp quan tâm nhờ nhu cầu lớn đối với thực phẩm và nông sản. Tuy nhiên, thâm nhập thị trường mới đòi hỏi doanh nghiệp phải hiểu rõ khẩu vị, quy cách đóng gói, tiêu chuẩn, kênh phân phối và thói quen tiêu dùng.

Các kênh B2B cũng được kỳ vọng hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng quan hệ cung ứng dài hạn. Việc phát triển nền tảng thương mại điện tử B2B cho thực phẩm Việt tại châu Âu không chỉ mở thêm kênh bán hàng, mà còn tạo điều kiện để doanh nghiệp tiếp cận trực tiếp hơn với các nhà mua hàng.

Theo ông Lê Anh Dũng, Tổng giám đốc Vegetexco Vietnam, những biến động trên thị trường quốc tế đang thúc đẩy doanh nghiệp xuất khẩu nhìn lại và tái cơ cấu thị trường theo hướng đa dạng, bền vững hơn.

Đây có lẽ là yêu cầu quan trọng nhất khi xuất khẩu nông, lâm, thủy sản tiến gần mốc 50 tỷ USD. Quy mô xuất khẩu càng lớn thì một điểm yếu trong chuỗi cung ứng càng có khả năng tạo ra tác động lớn.

Vì vậy, doanh nghiệp cần đồng thời củng cố vùng nguyên liệu, chuẩn hóa dữ liệu, nâng chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa logistics và mở rộng thị trường. Khi những yếu tố này được xây dựng thành năng lực thực tế, mỗi đơn hàng không chỉ mang lại doanh thu mà còn tạo nền tảng cho những đơn hàng tiếp theo.

Nông sản Việt đang tăng tốc trên thị trường quốc tế. Nhưng để tăng trưởng không chỉ là một chu kỳ thuận lợi, điều cần thiết là xây dựng một chuỗi cung ứng đủ vững để chống chịu trước biến động về tiêu chuẩn, vận tải và thị trường. Từ “bán được hàng” đến “cung ứng được lâu dài” sẽ là bước chuyển quyết định sức bền của xuất khẩu nông sản Việt trong giai đoạn mới.

Nam Sơn (t/h)