

Phân bón Cà Mau vượt kế hoạch xuất khẩu ure cả năm chỉ sau 5 tháng

21:09 11/06/2026

Chỉ sau 5 tháng đầu năm 2026, Tổng công ty Phân bón Dầu khí Cà Mau (DCM) đã xuất khẩu 319.300 tấn ure, vượt 16% kế hoạch cả năm. Kết quả này cho thấy đà tăng trưởng tích cực của doanh nghiệp trong bối cảnh thị trường phân bón xuất khẩu tiếp tục khởi sắc và nhu cầu từ nhiều thị trường quốc tế gia tăng.

Đẩy mạnh mở rộng thị trường quốc tế

Theo thông cáo gửi nhà đầu tư ngày 10/6, Tổng công ty Phân bón Dầu khí Cà Mau (HoSE: DCM) ghi nhận kết quả sản xuất, kinh doanh khả quan trong những tháng đầu năm 2026, đặc biệt ở hoạt động xuất khẩu ure.

Trong tháng 5/2026, sản lượng sản xuất NPK của doanh nghiệp đạt 34.100 tấn, tăng 53% so với tháng trước. Tuy nhiên, sản lượng tiêu thụ NPK chỉ đạt 16.490 tấn, giảm 30% so với tháng 4.

Đối với mặt hàng ure, DCM sản xuất được 87.070 tấn trong tháng 5, tăng nhẹ 1% so với tháng trước. Sản lượng tiêu thụ đạt 83.520 tấn, giảm 23%.



Phân bón Cà Mau vượt 16% kế hoạch xuất khẩu ure năm 2026

Trong cơ cấu tiêu thụ ure, xuất khẩu đạt 55.550 tấn, giảm 35% so với tháng trước, trong khi lượng tiêu thụ nội địa đạt 27.970 tấn, tăng 25%.

Dù sản lượng xuất khẩu trong tháng 5 có phần giảm tốc, nhưng tính chung 5 tháng đầu năm, hoạt động xuất khẩu ure của Phân bón Cà Mau vẫn đạt kết quả vượt kỳ vọng.

Theo kế hoạch sản xuất kinh doanh năm 2026, DCM đặt mục tiêu xuất khẩu 275.000 tấn ure. Tuy nhiên, đến hết tháng 5, sản lượng ure xuất khẩu của doanh nghiệp đã đạt 319.300 tấn, tương đương hoàn thành và vượt 16% kế hoạch cả năm.

Kết quả này giúp Phân bón Cà Mau trở thành một trong những doanh nghiệp ngành phân bón sớm hoàn thành chỉ tiêu xuất khẩu trong năm nay.

Bước sang tháng 6, doanh nghiệp đặt mục tiêu tiêu thụ 49.000 tấn ure, trong đó xuất khẩu 15.000 tấn và tiêu thụ nội địa 34.000 tấn. Đối với NPK, sản lượng tiêu thụ mục tiêu là 40.000 tấn.

Hiện nay, sản phẩm của Phân bón Cà Mau đã có mặt tại hơn 20 thị trường trên thế giới. Trong đó, Campuchia tiếp tục là thị trường xuất khẩu lớn nhất và giữ vai trò chiến lược trong kế hoạch phát triển dài hạn của doanh nghiệp.

Tại Đại hội đồng cổ đông thường niên năm 2026 diễn ra hồi tháng 4, ban lãnh đạo DCM cho biết sẽ tiếp tục tăng cường hoạt động marketing, mở rộng thị

phần và củng cố vị thế tại Campuchia.

Bên cạnh thị trường truyền thống, doanh nghiệp cũng tích cực khai phá những thị trường mới có yêu cầu khắt khe về chất lượng sản phẩm.

Đáng chú ý, DCM đã được cấp Chứng chỉ “Level One” của Australia - mức đánh giá cao nhất trong hệ thống quản lý nhập khẩu phân bón vô cơ của quốc gia này. Đây được xem là bước tiến quan trọng giúp doanh nghiệp gia tăng khả năng tiếp cận các thị trường phát triển.

Trong quý I/2026, Phân bón Cà Mau cũng xuất khẩu thành công lô hàng đầu tiên sang Mỹ với khối lượng 40.000 tấn. Theo doanh nghiệp, việc đưa sản phẩm vào thị trường Mỹ là dấu mốc quan trọng trong chiến lược mở rộng thị trường quốc tế và nâng cao vị thế thương hiệu trên bản đồ phân bón thế giới.

Theo định hướng phát triển đến năm 2030, DCM sẽ tiếp tục duy trì thị phần trong nước, củng cố vị thế tại Campuchia và đẩy mạnh mở rộng sang các khu vực trọng điểm mới.

Doanh nghiệp cũng chú trọng ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong công tác dự báo thị trường, xây dựng nền tảng thương mại điện tử, phát triển các thị trường ngách phục vụ nông nghiệp công nghệ cao, đồng thời đầu tư hoàn thiện hạ tầng logistics nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

Mục tiêu đến năm 2030, doanh thu từ thị trường quốc tế sẽ chiếm tối thiểu 31% tổng doanh thu hợp nhất của doanh nghiệp.

Xuất khẩu phân bón của Việt Nam tăng mạnh

Không chỉ riêng Phân bón Cà Mau, hoạt động xuất khẩu phân bón của Việt Nam trong năm 2026 cũng ghi nhận sự tăng trưởng ấn tượng.

Theo số liệu thị trường, trong 5 tháng đầu năm, Việt Nam đã xuất khẩu khoảng 1,4 triệu tấn phân bón các loại, đạt kim ngạch 760 triệu USD, tăng 52% về sản lượng và tăng tới 104% về giá trị so với cùng kỳ năm trước.

Campuchia tiếp tục là thị trường nhập khẩu phân bón lớn nhất của Việt Nam với sản lượng 273.126 tấn, kim ngạch 118 triệu USD.

Các thị trường lớn tiếp theo gồm Hàn Quốc với 117.889 tấn, đạt 81 triệu USD; Malaysia đạt 77.485 tấn, tương ứng 43,6 triệu USD; Lào đạt 50.350 tấn với kim ngạch 14,2 triệu USD.

Đà tăng trưởng tích cực của thị trường xuất khẩu cùng chiến lược mở rộng thị trường quốc tế đang tạo động lực quan trọng để các doanh nghiệp phân bón Việt Nam, trong đó có Phân bón Cà Mau, tiếp tục nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng vị thế trên thị trường toàn cầu.

Lê Hằng