TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Rau quả Việt Nam: Hướng tới những thị trường "khó tính"

20:32 19/05/2017

Mặt hàng rau quả tiếp tục duy trì vị thế thứ 3 trong số các mặt hàng nông thủy sản xuất khẩu của Việt Nam (sau thủy sản và cà phê). Đáng chú ý, mặt hàng rau quả có tốc độ tăng trưởng mạnh hơn thủy sản (chỉ đạt 7,8%) và cà phê (đạt 21%).

Trung Quốc: Thị trường nhập khẩu lớn

Tổng cục Thống kê cho biết, hiện các sản phẩm rau quả của Việt Nam đã vươn xa tới gần 60 thị trường trên thế giới. Riêng các loại trái cây như vải thiều, chôm chôm, thanh long, xoài, nhãn... của Việt Nam đã có mặt tại những thị trường khó tính như Mỹ, Australia, Nhật Bản, Hàn Quốc.

Cũng theo báo cáo của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, kim ngạch xuất khẩu nông lâm thủy sản tháng 4 ước đạt 2,9 tỷ USD đưa tổng giá trị xuất khẩu 4 tháng đầu năm đạt 10,8 tỷ USD, tăng 9,1% so cùng kỳ năm 2016. Trong đó, giá trị xuất khẩu hàng rau quả tháng 4 ước đạt 313 triệu USD, đưa khối lượng xuất khẩu hàng rau quả 4 tháng đầu năm ước đạt 1 tỷ USD, tăng 32,6% so cùng kỳ năm 2016. Trong 3 tháng đầu năm, các thị trường có giá trị xuất khẩu hàng rau quả tăng mạnh là Tiểu Vương quốc Ả rập Thống nhất (gấp 2,04 lần), Nga (88,7%), Nhật Bản (50,9%)...



Rau quả Việt Nam: Hướng tới những thị trường "khó tính" (Ảnh minh họa)

Liên quan đến thị trường xuất khẩu, hiện mặt hàng rau quả của nước ta đã có mặt ở nhiều quốc gia, vùng lãnh thổ trên thế giới từ châu Á, châu Â, châu Mỹ... Trong đó, có nhiều thị trường vốn nổi tiếng đòi hỏi cao về chất lượng như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Australia, Hàn Quốc, các quốc gia châu Âu như Đức, Hà Lan... Cụ thể: Australia hiện đã cho phép nhập khẩu vải thiều, nhãn; New Zealand đã mở cửa cho mặt hàng xoài và thanh long; Ấn Độ cho mặt hàng thanh long, vú sữa và Chilê cho mặt hàng thanh long.

Hiện nay, Trung Quốc, Hoa Kỳ, Nhật Bản và Hàn Quốc là 4 thị trường nhập khẩu hàng đầu của hàng rau quả Việt Nam trong quý I đầu năm, chiếm 82,9% tổng giá trị xuất khẩu hàng rau quả. Theo Bộ Công thương, năm 2016, Trung Quốc là thị trường nhập khẩu lớn nhất các loại rau quả của Việt Nam với mức tăng trưởng cao 45,8% đạt kim ngạch 1,74 tỷ USD, tiếp theo là Hoa Kỳ, Hàn Quốc, ASEAN...

Rộng cửa sang UAE

Mới đây, Bộ Môi trường và Biến đổi khí hậu (MOCCAE) Các Tiểu vương quốc Ả rập Thống nhất (UAE) đã ban hành lệnh cấm nhập khẩu một số loại rau quả từ 5 nước Trung Đông (Ai Cập, Oman, Jordan, Lebanon và Yemen) do có dư lượng thuốc trừ sâu vượt quá giới hạn cho phép. Lệnh cấm này bắt đầu có hiệu lực từ ngày 15/5/2017 để bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng UAE. Việc ban hành lệnh

cấm đối với 5 nước này được coi là cơ hội lớn cho các doanh nghiệp rau quả Việt Nam để có thể gia tăng xuất khẩu, mở rộng thị trường.

Theo số liệu của Trung tâm Thương mại quốc tế (ITC), kim ngạch nhập khẩu nhóm hàng này của UAE năm 2014 đạt gần 3,2 tỷ USD, 2015 đạt khoảng 2,6 tỷ USD và trên 2,5 tỷ USD năm 2016. Trong đó, UAE nhập khẩu từ khoảng 20 quốc gia, chủ yếu từ Hoa Kỳ, Ấn Độ và Nam Phi, với các loại trái cây như táo, lê, các loại trái cây họ cam, rau củ tươi ...

Cơ quan Hải quan Việt Nam cho biết, mặt hàng rau, củ, quả xuất khẩu sang UAE chỉ đạt 14,2 triệu USD năm 2014, 16,2 triệu USD năm 2015 và 22,8 triệu USD năm 2016. Mặc dù có mức tăng trưởng mạnh mẽ so với các năm trước đó, nhưng kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam vẫn chỉ chiếm tỷ trọng không đáng kể trong tổng giá trị nhập khẩu nhóm hàng này của UAE.

Việc rau quả Việt Nam ngày càng được chấp nhận tại nhiều thị trường thế giới chứng tỏ chất lượng sản phẩm đã ngày càng được gia tăng. Như vậy, nhận thức của người dân trong việc tổ chức sản xuất với các quy trình sản xuất nông nghiệp theo tiêu chuẩn như VietGAP, GlobalGAP... ngày càng cao.

Điều này đồng nghĩa với việc sẽ mở ra thời kỳ mới đầy triển vọng cho kim ngạch xuất khẩu rau quả Việt Nam tiếp tục tăng trưởng.

Đánh giá về kết quả xuất khẩu mặt hàng rau quả thời gian qua, TS. Nguyễn Hữu Đạt, Ủy viên Ban chấp hành Hiệp hội rau quả Việt Nam (VINAFRUIT) cho rằng, việc mở rộng thị trường do các cơ quan quản lý nhà nước thực hiện đã và đang tạo được những kết quả tích cực. Nhờ đó, mặt hàng rau quả Việt Nam bắt đầu tìm được chỗ đứng ở những thị trường khó tính như Hoa Kỳ, Nhật Bản, Hàn Quốc hay các quốc gia thuộc EU... Điều này đã giúp tạo uy tín cho mặt hàng rau quả Việt Nam trên thị trường thế giới.

TS. Nguyễn Hữu Đạt nhận định, nhu cầu tiêu thụ mặt hàng rau quả trên thế giới tiếp tục tăng - là cơ hội cho việc tăng trưởng xuất khẩu đối với sản phẩm này của nước ta hiện nay, cũng như thời gian tới.

Ngọc Linh