TẠP CHÍ ĐIỆN TỬ
THƯƠNG HIỆU & CÔNG LUẬN

Sầu riêng tiến sát mốc 2 tỷ USD, cuộc đua chuyển sang chất lượng

06:05 10/09/2026

Xuất khẩu sầu riêng Việt Nam đang tiến gần mốc 2 tỷ USD chỉ sau 8 tháng đầu năm 2026. Đằng sau con số tăng trưởng ấn tượng là một yêu cầu lớn hơn: Chuyển ngành hàng từ phát triển nhanh sang phát triển có kiểm soát, lấy chất lượng, minh bạch và liên kết chuỗi làm nền tảng.

Không thể chỉ dựa vào lợi thế thị trường lớn

Sầu riêng đang trở thành "đầu tàu" mới của nhóm hàng rau quả xuất khẩu. Kim ngạch từ 177,7 triệu USD năm 2021 đã tăng lên khoảng 3,85 tỷ USD năm 2025, chiếm khoảng 45% tổng giá trị xuất khẩu rau quả.

Đà tăng trưởng tiếp tục được duy trì trong năm nay. Sau 7 tháng, xuất khẩu sầu riêng đạt khoảng 1,47 tỷ USD, tăng 44,1% so với cùng kỳ. Tính chung 8 tháng đầu năm, kim ngạch ước đạt 1,97 tỷ USD, tăng 28,3%.

Với kết quả này, mục tiêu duy trì kim ngạch ít nhất tương đương năm 2025, thậm chí hướng tới khoảng 4 tỷ USD trong cả năm 2026, đang có thêm cơ sở.

Tuy nhiên, tăng trưởng nhanh cũng đặt ngành hàng trước một bài toán khác: làm thế nào để duy trì đà xuất khẩu khi các thị trường ngày càng siết chặt tiêu chuẩn?



Sầu riêng Việt Nam đang tiến gần mốc 2 tỷ USD kim ngạch xuất khẩu sau 8 tháng đầu năm 2026, tiếp tục giữ vai trò quan trọng trong nhóm hàng rau quả.

Trung Quốc hiện vẫn là thị trường quyết định đối với sầu riêng Việt Nam. Trong 8 tháng, thị trường này chiếm hơn 95% thị phần, với kim ngạch khoảng 1,85 tỷ USD, tăng 29,9% so với cùng kỳ.

Sức mua lớn là động lực quan trọng, nhưng mức độ tập trung quá cao cũng cho thấy rủi ro phụ thuộc thị trường. Chỉ cần chính sách nhập khẩu, yêu cầu kỹ thuật hoặc nhu cầu tiêu dùng thay đổi, toàn bộ chuỗi sản xuất trong nước có thể chịu tác động.

Việc Ấn Độ chính thức cho phép nhập khẩu sầu riêng tươi của Việt Nam từ tháng 7/2026 mở thêm một hướng đi đáng chú ý. Cùng với hơn 20 quốc gia và vùng lãnh thổ đã tiếp nhận sầu riêng Việt Nam, dư địa mở rộng thị trường đang hiện hữu. Nhưng để biến cơ hội thành thị phần bền vững, sản phẩm phải đáp ứng được những chuẩn mực ngày càng cao.

Từ mở rộng diện tích sang xây dựng chuỗi giá trị

Một trong những thay đổi quan trọng của ngành sầu riêng là yêu cầu quản lý phải bắt đầu ngay từ vùng trồng, thay vì chỉ xử lý vấn đề khi hàng hóa đã đến cửa khẩu.

Đến nay, cả nước có 1.599 mã số vùng trồng và 281 cơ sở đóng gói đang hoạt động. Đây là nền tảng để kiểm soát nguồn gốc, chất lượng và yêu cầu kiểm dịch. Tuy nhiên, việc mở rộng diện tích sản xuất tại một số địa phương nếu

không đi cùng quy hoạch, nguồn nước, hạ tầng và liên kết tiêu thụ có thể tạo sức ép lên chính ngành hàng.

Trong bối cảnh đó, tổ chức lại vùng nguyên liệu trở thành yêu cầu cấp thiết. Vùng trồng cần phù hợp với điều kiện đất đai, nguồn nước và hạ tầng, đồng thời được kết nối với hệ thống sơ chế, bảo quản, chế biến và xuất khẩu.

Doanh nghiệp cũng cần tham gia sâu hơn vào quá trình sản xuất, từ hướng dẫn kỹ thuật, kiểm soát vật tư đầu vào đến thu hoạch và tiêu thụ. Liên kết giữa nông dân, hợp tác xã và doanh nghiệp không chỉ giúp ổn định đầu ra mà còn tạo điều kiện kiểm soát đồng nhất chất lượng sản phẩm.

Đặc biệt, an toàn thực phẩm, dư lượng hóa chất và truy xuất nguồn gốc đang trở thành những "tấm vé" bắt buộc để duy trì thị trường. Việc ứng dụng công nghệ và chuyển đổi số trong quản lý vùng trồng, giám sát quy trình sản xuất và truy xuất sản phẩm sẽ giúp giảm nguy cơ bị cảnh báo, trả hàng hoặc mất thị trường.

Cùng với đó, ngành sầu riêng cần giảm dần sự phụ thuộc vào xuất khẩu quả tươi. Đầu tư kho lạnh, cơ sở sơ chế, bảo quản và chế biến tại vùng nguyên liệu sẽ giúp hạn chế tổn thất sau thu hoạch, kéo dài thời gian bảo quản và tạo thêm giá trị. Các sản phẩm đông lạnh và chế biến sâu cũng mở ra khả năng tiếp cận những phân khúc thị trường mới.

Năng lực kiểm nghiệm vì thế phải được nâng lên tương ứng. Việc mở rộng các phòng kiểm nghiệm đủ điều kiện, đầu tư thiết bị và tăng khả năng kiểm tra những chỉ tiêu đặc thù như Cadimi, Vàng O sẽ giúp ngành chủ động hơn trong kiểm soát chất lượng trước khi xuất khẩu.

Gần 2 tỷ USD sau 8 tháng là dấu mốc đáng chú ý, nhưng cũng là thời điểm sầu riêng Việt Nam cần thay đổi cách tăng trưởng. Từ lợi thế về sản lượng và thị trường, ngành hàng phải tiến tới cạnh tranh bằng chất lượng, sự minh bạch và khả năng kiểm soát toàn bộ chuỗi.

Nếu thực hiện tốt quá trình này, sầu riêng không chỉ duy trì vị thế là ngành hàng xuất khẩu chủ lực của rau quả Việt Nam mà còn có thể hình thành một chuỗi giá trị chuyên nghiệp, giảm rủi ro thị trường và tạo nền tảng cho tăng trưởng dài hạn.

Nam Sơn *(t/h)*